

CARACTERIZACIÓN SOBRE EL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO EN
LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE - SEDE REGIONAL
PALMIRA EN EL AÑO 2013

DIVA ALEJANDRA DELGADO OSORIO

LINA MARCELA ARAGON VASQUEZ

UNIVERSIDAD DEL VALLE – SEDE REGIONAL PALMIRA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PALMIRA
2013

CARACTERIZACIÓN SOBRE EL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO EN
LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE - SEDE REGIONAL
PALMIRA EN EL AÑO 2013

DIVA ALEJANDRA DELGADO OSORIO

LINA MARCELA ARAGON VASQUEZ

Trabajo de grado presentado como requisito
para obtener el título de
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

Director
John Hardy García

UNIVERSIDAD DEL VALLE – SEDE REGIONAL PALMIRA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PALMIRA
2013

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	10
ANTECEDENTES	12
1. TÍTULO.....	16
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	17
2.1 Descripción del problema.....	17
2.2 Formulación del problema.....	18
2.3 Sistematización del problema.....	18
3. OBJETIVOS.....	20
3.1 Objetivo General.....	20
3.1 Objetivos Específicos.....	20
4. JUSTIFICACIÓN.....	21
5. MARCO REFERENCIAL	23
5.1 Marco Teórico	23
5.1.1 Teoría del desarrollo económico y el emprendimiento.....	23
5.1.2 Teoría económica del empresario	24
5.1.3 Características de un emprendedor	25
5.1.4 Emprendimiento desde la perspectiva económica	25
5.1.5 Guía 39 del Ministerio de Educación Nacional: “La Cultura De Emprendimiento En Los Establecimientos Educativos”	26
5.2 Marco Conceptual	27
5.3 Marco Contextual.....	29
5.4 Marco Jurídico Legal.....	31
6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	34
6.1 Tipo de estudio.....	34
6.2 Método de investigación.....	34
6.3 Técnica de recolección de información.....	34
6.4 Población y muestra.....	35
6.4.1 Población.....	35

6.4.2 Cálculo de la muestra	35
7. CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN ESTUDIANTIL DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE – SEDE REGIONAL PALMIRA	37
7.1. La Universidad Como Promotora Del Emprendimiento	40
7.1.1 Motivación de la universidad hacia el emprendimiento.....	42
7.1.2 Orientación del currículo al emprendimiento	42
7.1.3 Espacio para el emprendimiento	45
7.2. Situación actual del estudiante y su visión al terminar la carrera	49
7.3 Proyección del estudiante hacia el emprendimiento.....	53
7.3.1 Actividad económica de la idea de negocio	64
7.3.2 Importancia del componente innovador en las ideas de negocio.....	66
7.3.3 Estructuración del plan de negocio	70
7.3.4 Disposición de asociación para crear una empresa	71
7.4. El estudiante empresario.....	77
7.5. Antecedentes del estudiante como empresario	86
7.6. Percepción hacia el emprendimiento del estudiante universitario.....	89
CONCLUSIONES.....	99
RECOMENDACIONES	102
BIBLIOGRAFÍA.....	106
Anexo A	109

LISTA DE GRAFICOS

	pág.
Gráfico 1: Población estudiantil por facultades e institutos.....	37
Gráfico 2: Población total estudiantil por programas académicos.....	38
Gráfico 3: Población total Universidad del Valle – Sede Regional Palmira por jornadas.....	39
Gráfico 4: Motivación de la Universidad hacia el emprendimiento.....	42
Gráfico 5: Conocimiento de los estudiantes sobre las asignaturas de su pensum relacionadas con emprendimiento.....	43
Gráfico 6: Conocimiento de los estudiantes sobre las asignaturas de su pensum relacionadas con emprendimiento por carreras.....	44
Gráfico 7: Conocimiento de los estudiantes sobre el Centro de Emprendimiento universitario.....	47
Gráfico 8: Conocimiento de los estudiantes sobre el Centro de Emprendimiento universitario por carreras.....	48
Gráfico 9: Proyección del estudiante universitario al terminar su carrera.....	49
Gráfico 10: Estudiantes que se encuentran laborando actualmente.....	51
Gráfico 11: Estudiantes con idea de negocio.....	55
Gráfico 12: Estudiantes con idea de negocio por sexo.....	57
Gráfico 13. Estudiantes con idea de negocio por sexo y carreras.....	58
Gráfico 14: Estratos de los estudiantes con idea de negocio.....	59
Gráfico 15: Estratos de los estudiantes con idea de negocio por facultades e institutos.	60
Gráfico 16: Actividades económicas de las ideas de negocio.....	64
Gráfico 17: Actividades económicas de las ideas de negocio por facultades e institutos.	65

Gráfico 18: Ideas de negocio con componente innovador.....	67
Gráfico 19: Ideas con plan de negocio estructurado.....	70
Gráfico 20: Percepción de los estudiantes en cuanto a la asociación con otras personas, para llevar a cabo sus ideas de negocio.....	73
Gráfico 21: Percepción de los estudiantes en cuanto a la asociación con otras personas, para llevar a cabo sus ideas de negocio por carreras.....	74
Gráfico 22: Motivos para no llevar a cabo la idea de negocio.....	75
Gráfico 23: Estudiantes propietarios de un negocio.....	78
Gráfico 24: Estudiantes propietarios de un negocio por facultades e institutos.	79
Gráfico 25: Estudiantes con registro de su negocio, ante la Cámara de Comercio.....	80
Gráfico 26: Estudiantes con registro de su negocio, ante la Cámara de Comercio, por carreras.	81
Gráfico 27: Tiempo de inicio de la empresa de los estudiantes.....	83
Gráfico 28: Tipo de financiación para la creación de la empresa.....	84
Gráfico 29: Empresas con proyectos de emprendimiento.....	85
Gráfico 30: Estudiantes que llevarán a cabo los proyectos de emprendimiento.....	85
Gráfico 31: Estudiantes que fueron propietarios de un negocio en el pasado.	86
Gráfico 32: Motivos para cerrar el negocio.....	87
Gráfico 33: Conocimiento de los jóvenes en cuanto a instituciones que apoyen el emprendimiento.	92
Gráfico 34: Conocimiento de los jóvenes en cuanto a instituciones que apoyen el emprendimiento por facultades e institutos.	93
Gráfico 35: Instituciones que apoyan el emprendimiento, conocidas por los estudiantes.	94

Gráfico 36: Percepción de los estudiantes en cuanto al apoyo que existe al emprendedor.	95
Gráfico 37: Percepción de los estudiantes en cuanto al apoyo que existe al emprendedor por facultades e institutos.	96
Gráfico 38: Interés de los estudiantes de recibir mayor información y formación sobre emprendimiento.....	98

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: total de estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira por jornadas.....	40
Tabla 2: Proyección del estudiante universitario al terminar su carrera.....	50
Tabla 3: Estudiantes que se encuentran laborando actualmente por facultades e institutos.....	52
Tabla 4: Estudiantes por facultades e institutos con idea de negocio.....	56
Tabla 5: Edades promedio de estudiantes con idea de negocio por facultades e institutos.	61
Tabla 6: Semestres de estudiantes con idea de negocio por facultades e institutos.	62-63
Tabla 7: Facultades e Instituciones con componente innovador.....	68
Tabla 8: Componente innovador de las ideas de negocio por programas académicos.	69
Tabla 9: Ideas con plan de negocio estructurado por programas académicos.	71
Tabla 10: Motivos para no llevar a cabo la idea de negocio por facultades e institutos.	76
Tabla 11: Actividad económica de las empresas de los estudiantes.....	82
Tabla 12: Motivos para cerrar el negocio por facultades e institutos.....	88
Tabla 13: Razones sobre la existencia del apoyo al emprendedor.....	97

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A.....	109

DEDICATORIA

A la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, por su apoyo y receptividad a esta investigación. Por brindarnos las herramientas y competencias necesarias para obtener un beneficioso resultado.

A la Red Municipal de Emprendimiento, los cuales confiaron en nuestras capacidades, y apoyaron esta investigación, con la cual pretendemos favorecer la cultura emprendedora del municipio de Palmira.

A todos aquellos estudiantes emprendedores, por ser curiosos, visionarios y arriesgados.

AGRADECIMIENTOS

“Agradezco principalmente a Dios, que me permitió tener la fortaleza y perseverancia necesarias para salir victoriosa de esta meta lograda.

A mis padres Liliana y Juan Fernando, porque son la razón de mi vida para seguir esforzándome cada día más, y obtener más victorias, y con esto se puedan sentir aún más orgullosos de mí. Me siento totalmente orgullosa y agradecida con Dios por los padres que tengo. A mi hermano Daniel, porque es parte de las personas que más amo. A mi tía Rosmery, porque fue un gran sustento y apoyo, no solo en esta investigación, sino en mi vida en general. A mi familia en general por amarme, apoyarme y siempre motivarme a ser mejor cada día. A mi novio Mario, porque no voy a olvidar el apoyo y amor incondicional para no desfallecer, y seguir siempre adelante.

A esos docentes, que con su dedicación y pasión por lo que hacen, me transfirieron todos esos conocimientos tan importantes, que me formaron en capacidades y competencias para ser una gran administradora de empresas.

Por último a aquellos compañeros y amigos que de una manera u otra, estuvieron ahí para darme su apoyo, aliento y solidaridad. Con los cuales compartí risas, llantos, preocupaciones, pero que en algún momento de mi carrera me enseñaron lecciones que me quedaran para el resto de la vida.”

Diva Alejandra Delgado Osorio

“Agradecimientos ante todo a Dios por permitirme culminar uno de mis objetivos en la vida, por regalarme la capacidad y tenacidad para sacar adelante esta etapa, por permitirme compartir en cada uno de los años de carrera con personas maravillosas: compañeros, docentes y demás personas quienes aportaron en este

camino su experiencia, conocimientos y ayuda, no solo para mi crecimiento profesional si no también personal. Agradezco a mis padres y a mi familia por apoyarme en todo momento, por su gran sabiduría y por guiar cada paso que en este tiempo di y me permitió llegar a este resultado. También doy gracias a Dios por permitirme llevar a cabo este proceso al lado de un gran ser humano, del cual me siento completamente orgullosa, por su perseverancia, constancia y calidad como persona; a mi amiga y compañera de tesis por hacer que este trabajo de grado fuese un hecho”

Lina Marcela Aragón Vásquez

INTRODUCCIÓN

La creciente globalización y los distintos cambios tecnológicos que enfrenta el mundo actual, están obligando a las personas a crear su propio negocio. El emprendimiento en la actualidad, es un factor determinante para el mejoramiento continuo de la economía y el desarrollo de una sociedad, además de generar nuevos empleos.

Es importante destacar que el emprendimiento no debe relacionarse solamente con el momento en que se crea una empresa, sino también para las que ya se encuentran en el mercado, ya que la competencia cada vez es mayor, y deben emprender proyectos innovadores, que les permita generar un factor diferenciador para ser elegidos por su población objetivo.

Las universidades juegan un papel fundamental para fomentar y generar una cultura de emprendimiento en sus estudiantes, ya que estas permiten consolidar las bases necesarias para la creación de ideas de negocio, mediante la capacitación adecuada y el mejoramiento de sus habilidades empresariales.

La Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, reconociendo la importancia del emprendimiento en los estudiantes, desde agosto de 2009 tiene establecido el Centro de Emprendimiento, el cual tiene como objetivo principal promover y fomentar una cultura empresarial.

En este trabajo se podrán hallar los antecedentes del emprendimiento en Colombia, la descripción de este problema objeto de estudio, utilizando diferentes marcos de referencia (contextual, conceptual, teórico y jurídico), la metodología utilizada en cuanto a la población, muestra y técnica para la recolección de los datos.

La investigación realizada, permite conocer aspectos de los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira en cuanto a su desarrollo y proceso emprendedor, al analizar la caracterización de los programas de apoyo ofrecidos por el ente educativo, evaluando sus visiones profesionales y emprendedoras, e identificando a los estudiantes empresarios, siendo estos los objetivos específicos de la investigación.

Después se encontrará el análisis de los datos arrojados por la encuesta realizada a la población objeto de estudio, y de acuerdo a esto se generaron conclusiones y recomendaciones para el Centro de Emprendimiento de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, con el fin de aumentar la cultura de emprendimiento actual.

La caracterización del proceso de emprendimiento en los estudiantes de una universidad, nunca se ha llevado a cabo anteriormente en Palmira, es por esta razón que la Red Municipal de Emprendimiento, ubicada en la sede de la Cámara de Comercio de Palmira, se encuentra interesada en obtener los resultados de la presente investigación.

ANTECEDENTES

EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

En Colombia el emprendimiento es un término que ha ido adquiriendo mayor relevancia. Los colombianos son caracterizados como gente “echada pa’ lante”, que basándose en una “iniciativa criolla”, han logrado sacar adelante proyectos innovadores. Sin ir muy lejos, en el año en curso, Medellín ganó el premio como la ciudad más innovadora del mundo.

El emprendimiento en el país empezó a tener un desarrollo progresivo desde la década del setenta (70). Las personas arriesgaban pequeños ahorros personales o familiares, para dedicarse a la creación de sus negocios, con el propósito de solucionar problemas de desempleo en aquel momento. Con lo que se inició un ejercicio más formal, contando con el apoyo de entidades privadas como la fundación Carvajal de Cali, y de programas que posteriormente fueron desencadenando una mayor participación de las microempresas, en el Plan para el Desarrollo en los años 1984 y 1994.¹

En el año 1990, de acuerdo al Censo Económico del DANE, sin incluir el sector primario, se identificaron 948.324 microempresas de menos de 10 trabajadores, que representaban el 94.7% de las 1.001.398 empresas encuestadas. Se debe señalar que ese número podía haber sido mayor, ya que siempre hay algunos propietarios que evaden los aspectos legales, así que no se pueden detectar o incluir en el censo.

¹ FRANCO CLAVIJO, Juan Bautista. EMPRENDIMIENTO COLOMBIANO: POTENCIAL CREATIVO PARA EL DESARROLLO NACIONAL. Grupo Integrado de Emprendimiento, Empresarismo y Fondo Emprender SENA [en línea] [citado: 6 Mayo 2013]. Disponible en internet:
<http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/SoyEmprendedor/Noticias/Documents/Emprendimiento_colombiano.pdf>

El Plan Nacional para el Desarrollo de la Microempresa (PNDM), influyó de alguna manera para que aumentara el número de microempresas formalizadas, lo cual es evidenciado en un estudio de 1995, que del total de 407.235 empresas inscritas en las Cámaras de Comercio del país, 86% eran microempresas. Desde este punto de vista, en aquel momento podía afirmarse que Colombia se estaba convirtiendo en un potencial semillero natura de emprendimientos.

En la década del ochenta (80), se da inicio a actividades y programas de “espíritu empresarial”², como por ejemplo: La Universidad ICESI en Cali, la cual realiza desde 1987 de manera periódica, con énfasis en la investigación, el “Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial”, en donde se rescata que se empieza a dar relevancia a los estudiantes universitarios de pregrado, ya que representan la mayor cantidad de participantes en el congreso.

La Universidad de los Andes y el SENA a nivel nacional con su programa de Formación y Asesoría a creadores de empresa (FACE), también buscaban promover una cultura hacia lo empresarial, a la generación de nuevas empresas y a las alternativas de autoempleo.

COLCIENCIAS en la década del noventa (90), adelantó entre otras importantes actividades, la manera de promover la constitución de incubadoras de empresas en base tecnológica. La primera incubadora fue INNOVAR hacia 1994, en Bogotá y en Pereira, aunque en este último lugar no perduro³. Posteriormente se crean las incubadoras de base tecnológica en Antioquia, Santander y Cali. En la actualidad, por el impulso del SENA ya existen 34 incubadoras, las cuales han aportado cerca de 6.901 empleos.

Se vio la necesidad en las universidades del país, en implantar ferias de emprendimiento como medio para identificar a emprendedores potenciales, generando oportunidades de negocio, tomando como referencia las denominadas

² Ibíd.

³ Ibíd.

ExpoEmprendimiento, en la cual participan 9 Regionales del SENA, en donde se han promovido cerca de 200 proyectos emprendedores.

En el año 2005, la Cámara de Comercio de Bogotá, estableció el Centro Nueva Empresa, e incursionó en la creación de la “Feria de jóvenes Empresarios”, que ha contado con la participación aproximada de 547 emprendedores.

Respecto a la legislación colombiana, se rescata favorablemente la Ley 1014 del 26 de enero de 2006, la cual fomenta y promueve la cultura del emprendimiento a nivel nacional, departamental y regional.

La Ley de Reforma Laboral 789 de 2002, obtuvo la creación del Fondo Emprender del SENA, por medio del cual se han logrado beneficiar estudiantes de esta entidad, así como de universidades y profesionales egresados con menos de dos años de haber obtenido el título profesional.

Los emprendedores colombianos han ganado terreno, en comparación con otros países. Según El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el cual se encarga de monitorear la actividad emprendedora de los países que hacen parte de esta red investigativa, dentro de los cuales se encuentra Colombia, se observó que en el último estudio realizado en el periodo 2011-2012, Colombia en comparación a otros países tales como Chile, Algeria, China y Argentina, muestra el primer lugar en cuanto al porcentaje de la población, que aspira a iniciar un negocio en los próximos 3 años, con un porcentaje del 58,5% de los colombianos encuestados.⁴

EMPRENDIMIENTO EN PALMIRA

Al enfatizarse en la ciudad de Palmira, en la cual se llevó a cabo esta investigación, se observa que actualmente se está reconociendo la importancia de impulsar el emprendimiento, es así como La Red Municipal de Emprendimiento, tomando como referencia la Ley 1014 de 2006, ha establecido un plan de trabajo

⁴ GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, COLOMBIA. Estudio investigativo periodo 2011-2012.

con el cual pretende fomentar esta cultura de ciudadanos con una mentalidad abierta a los cambios, la creación y la innovación. Este plan de trabajo está conformado por tres componentes:⁵

1. Establecimiento de alianzas con entidades que deseen participar en el proceso de emprendimiento. La Universidad del Valle sería parte de estas alianzas.
2. Desarrollo de actividades para fortalecer la Red de Emprendimiento en la ciudad de Palmira.
3. Desarrollo de actividades para fortalecer el emprendimiento en la ciudad de Palmira. La presente investigación será parte de esta actividad.

La Red tuvo su primera presentación a la comunidad el 23 de agosto de 2012, creada por la iniciativa de la Cámara de Comercio de Palmira y la Fundación Progresamos.

Se encuentra integrada principalmente por⁶: Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, Universidad Nacional, Universidad Santiago de Cali, Universidad Nacional a Distancia – UNAD, Universidad Antonio Nariño, Corporación Universitaria Remington, Fundación Universitaria San Martín, Universidad Pontificia Bolivariana, SENA, Comfandi, Comfenalco, Secretaría de Educación, Secretaría de Agricultura y Desarrollo Económico, Fundación Coomeva, Cámara de Comercio, Fundación Progresamos, Comité Cívico Intergremial de Palmira – CCIP.

⁵ Red municipal de emprendimiento (2012: Palmira) CONFORMACIÓN DE LA RED DE EMPRENDIMIENTO EN PALMIRA - 2012. Palmira: Cámara de comercio de Palmira, 2012.

⁶ Ibid.

1. TÍTULO

**CARACTERIZACIÓN SOBRE EL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO EN
LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE - SEDE REGIONAL
PALMIRA EN EL AÑO 2013**

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Descripción del problema

Actualmente Colombia al reconocer la importancia del emprendimiento, implantó la Ley 1014 del 26 de enero de 2006, en la cual se fomenta y promueve una cultura y espíritu empresarial, estableciendo mecanismos para desarrollar el emprendimiento en el país, a través de la creación de una red de fomento productivo.

Esta Ley pretende crear un vínculo entre el sistema educativo y productivo, por medio de la formación de competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales, para impulsar la actividad productiva con la creación de empresas competentes.

En Palmira, el fomento del emprendimiento ha sido muy poco, en especial en los estudiantes, los cuales se encuentran en el mejor momento para lograr desarrollar y perfeccionar sus habilidades, creando con esto una cultura empresarial.

Como respuesta a esta situación, desde el año 2012, motivada por la Ley 1014 del 26 de enero de 2006, se creó en Palmira la Red Municipal de Emprendimiento, por la iniciativa de la Fundación Progresamos. Esta Red busca aumentar el desarrollo económico y empresarial, y considera que los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, es una población importante a investigar, con el objetivo de complementar la línea base de emprendedores que se está ejecutando.

Sin embargo, en este municipio no se tiene información previa sobre la caracterización del emprendimiento en estos estudiantes, generando una dificultad para diseñar las estrategias adaptadas a las necesidades, pensamientos y proyecciones de los alumnos de esta sede universitaria.

Si el desconocimiento de estos factores continua, es muy posible que la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, no se vea beneficiada de la mejor manera por las actividades planteadas por la red, además al diseñarse las estrategias para que los estudiantes se sientan más atraídos por el tema del emprendimiento, no se tendrán los datos necesarios para obtener un mayor éxito en el fomento de una cultura empresarial en el municipio.

Además, la Universidad no podrá analizar los alcances de su labor, al generar una cultura empresarial, teniendo como referencia que esta Sede cuenta con el Centro de Emprendimiento, que busca aumentar el interés de los estudiantes para crear su propia empresa.

Esta situación hace necesaria la implantación de una investigación a los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, con el propósito de obtener los datos necesarios para conocer más a fondo el apoyo que tienen por parte de la Universidad, su proyección profesional, reconociendo a aquellos que ya tienen su propia idea de negocio o una empresa funcionando; y los pensamientos, percepciones y conocimientos que poseen los alumnos en todo lo relacionado con emprendimiento.

2.2 Formulación del problema

¿Cuál es la caracterización del emprendimiento en los estudiantes de la Universidad del Valle - Sede Regional Palmira en el primer semestre del año 2013?

2.3 Sistematización del problema

¿Cuáles son los programas de apoyo al emprendimiento que ofrece la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira?

¿Cuál es la visión profesional que tienen los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira?

¿Cuál es la visión emprendedora de los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira?

¿Cuántos de los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira son empresarios?

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Caracterizar a los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira – Colombia, en cuanto a su desarrollo emprendedor.

3.1 Objetivos Específicos

- Caracterizar los programas de apoyo al emprendimiento que ofrece la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira.
- Evaluar la visión profesional que tienen los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira.
- Conocer la visión emprendedora que tienen los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira.
- Identificar los estudiantes empresarios de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira.

4. JUSTIFICACIÓN

El emprendimiento en la actualidad, debe promoverse desde las entidades educativas, las cuales permiten generar una cultura de emprendimiento en sus estudiantes. Este aspecto es reconocido por la Ley 1014 de 2006, la cual en uno de sus objetivos planteados en el artículo segundo señala:

“Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley”⁷

Esta investigación pretende detectar a los emprendedores activos y potenciales de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira. Se caracterizará a estos estudiantes en cuanto a su desarrollo emprendedor, apoyo desde su ente educativo o universidad, instituciones o empresas a las que acuden principalmente para financiar su proyecto y cuál es el ámbito o actividad empresarial más usual en los proyectos de estos emprendedores.

Para cumplir con los objetivos planteados, se acudirá a la aplicación de una encuesta realizada a una muestra representativa de la población objeto de estudio, la cual generará la información necesaria para analizar la situación actual de los estudiantes de la Universidad del Valle- Sede Regional Palmira, en lo relacionado al emprendimiento.

La Universidad del Valle – Sede Regional Palmira desde Agosto de 2009, empezó a implantar una cultura de emprendimiento, por medio de la creación del Centro de Emprendimiento, sin embargo este programa en la actualidad se encuentra en receso. Con esta investigación la Universidad descubrirá cómo se sienten los estudiantes en cuanto al apoyo recibido de su parte y detectará puntos clave para

⁷ Colombia. Congreso de Colombia. Ley 1014 de 2006. (26 de enero de 2006)

mejorar y aumentar la cultura de emprendimiento, permitiendo que Palmira avance en su desarrollo económico y la generación de empleos.

Es importante mencionar que en Palmira no se ha realizado alguna investigación similar a la presente, así que no se conocen antecedentes sobre datos generados por ninguna de las ocho (8) universidades establecidas en la ciudad, por lo tanto no se han establecido estrategias oportunas y adecuadas para el fomento del emprendimiento en los estudiantes, así que el diagnóstico presente, espera no solo favorecer la cultura emprendedora de la Universidad del Valle- Sede Regional Palmira, sino también a la Red Municipal de Emprendimiento, la cual está siendo desarrollada actualmente, y dentro de esta se establecen ciertas actividades en pro del mejoramiento del desarrollo económico en Palmira.

La Red Municipal de Emprendimiento está interesada en obtener los datos arrojados en este trabajo, para fortalecer la línea base de emprendedores que están creando, ya que obtendrán conocimiento de todos los factores relacionados con los estudiantes de esta universidad.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1 Marco Teórico

5.1.1 Teoría del desarrollo económico y el emprendimiento

Joseph Schumpeter fue un destacado economista que planteo la “Teoría del desarrollo económico”, y uno de los puntos que señala es que el emprendedor se encuentra en el centro del escenario empresarial, y desde ahí brinda un papel trascendental en el desarrollo económico.

Este economista caracterizaba al emprendedor como una persona con un talento especial, y planteaba la necesidad de logro como uno de sus principales valores.

Schumpeter señalaba que el emprendedor es una persona extraordinaria con la capacidad de generar nuevas combinaciones e innovaciones como por ejemplo⁸:

1. La introducción de un producto nuevo (o de un producto conocido de una calidad distinta) al mercado.
2. La introducción de un nuevo método de producción o de comercialización de un producto.
3. La apertura de nuevos mercados.
4. La obtención de nuevos oferentes de materias primas
5. La reorganización de una industria, lo que puede incluir la monopolización o la destrucción de un monopolio.

⁸ COUYOUMDJIAN, Juan Pablo. Sobre el empresario y el emprendimiento en la teoría económica:

Una revisión. Facultad de economía y negocios. [en línea] [citado: 3 de diciembre de 2012]. Disponible en internet:

<<http://www.cicodi.org/Publicaciones/CDocumentsandSettingsAdministradorEscritorioemprendedor-68891563828.pdf>>

La función que cumple un emprendedor más que inventar algo o crear condiciones para que se realicen, consiste en conseguir que las cosas realmente se pongan en marcha y se realicen.

Otro de los factores que consideraba este economista, es que la incertidumbre es inherente a cualquier proceso de desarrollo, y el emprendedor debe salir victorioso del mismo. Además establecía que no solo las capacidades técnicas y la experiencia deben diferenciar al verdadero empresario, sino también la facultad de intuir las cosas y generar estrategias adecuadas.⁹

5.1.2 Teoría económica del empresario

Esta investigación rescata que uno de los papeles más importantes que cumplen las universidades, es el de capacitar y desarrollar en los estudiantes habilidades enfocadas en emprendimiento, factor que señala Alfred Marshall, el cual asegura que los emprendedores poseen numerosas habilidades especiales, y que una persona puede aprenderlas y adquirirlas a lo largo de su proceso empresarial.¹⁰

Marshall reconoció formalmente en su libro, “Tratado de Principios Económicos”, la importancia que tienen los emprendedores en los procesos productivos. Este consideraba que son cuatro los factores necesarios para la producción: tierra, trabajo, capital y organización. El emprendedor implanta la organización en la tierra, trabajo y capital para crear nuevos productos o mejorar los ya existentes. Además señala que el emprendedor tiene la gran ventaja de conocer la industria en la que se desenvuelve, siendo un líder natural con la capacidad de tomar

⁹ ¿QUÉ ES EL EMPRENDIMIENTO? [en línea] [citado: 3 de diciembre de 2012]
Disponble en internet: <http://periscopio.bligoo.com/que-es-emprendimiento#.UYnqdbWQVmo>

¹⁰ FORMICHELLA MARIA MARTA – El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local: *principales aportes teóricos sobre emprendimiento*. Pág. 11 [en línea] Enero,2004.
<<http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>> [citado: 6 de Octubre de 2012].

decisiones que aunque pueden ser riesgosas y teniendo en su contra la incertidumbre del futuro, decide aventurarse para obtener el éxito.¹¹

5.1.3 Características de un emprendedor

El economista Ludwig Von Mises identificó tres características esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor¹²:

- **Evaluador:** el emprendedor calcula los beneficios y costos numéricos de un negocio, y con base a estos realiza elecciones para descubrir nuevas necesidades y factores de producción. Lo cual se puede relacionar actualmente con el estudio de mercado y de viabilidad del negocio económicamente hablando.
- **Empresario:** el emprendedor toma la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías que satisfagan las necesidades de su población objetivo.
- **Soportar la incertidumbre:** El emprendedor debe lidiar con la incertidumbre que trae crear un negocio, ya que actúa en función del futuro, y desconoce la reacción de su mercado objetivo hacia el producto o servicio que se ofrecerá.

5.1.4 Emprendimiento desde la perspectiva económica

Otro teórico importante de resaltar es Gifford Pinchot¹³, quien veía a los emprendedores como personas que están dispuestos a soñar y hacer realidad lo que imaginan. Tienen la capacidad no solo de crear algo, sino de

¹¹ URRUTIA, Arnulfo. Origen y desarrollo del concepto emprendedor. [en línea] [citado: 3 de diciembre de 2012] Disponible en internet:

<http://impreso.elnuevodiario.com.ni/2006/09/20/emprendedores/55502>

¹² FORMICHELLA MARIA MARTA. Óp, Cit.

¹³ PINCHOT, Gifford. (1865-1946). Político, ingeniero agrónomo y botánico estadounidense.

responsabilizarse de ideas ya creadas, y procurar innovar en ellas y obtener buenos resultados.

Pensaba que el espíritu empresarial es el causante de un buen emprendedor, generando con este que existan múltiples iniciativas de proyectos y negocios.

Un punto que se considera interesante en este autor, es que comprende al emprendedor no solo como aquel creador de una empresa, sino que considera que dentro de las organizaciones también existen, y desempeñan un rol fundamental logrando poner en marcha aquellas ideas desarrolladas por la organización, pero que no saben cómo generar los ingresos suficientes. A este tipo de personas se les conoce como intraemprendedores, aportando su visión empresarial, compromiso, esfuerzo e investigación en beneficio continuo de la empresa, considerados como causas fundamentales para que la empresa prospere.¹⁴

5.1.5 Guía 39 del Ministerio de Educación Nacional: “La Cultura De Emprendimiento En Los Establecimientos Educativos”

La guía habla sobre la cultura del emprendimiento que deben aprender y tener las diferentes instituciones educativas que existan en el país.

El emprendimiento es entendido como una forma de pensar y actuar centradamente en oportunidades, desarrollando así con liderazgo la creación de valores que benefician empresas, economías y sociedades. Estos generan unos comportamientos colectivos, los cuales establecen identidad entre los miembros de una sociedad y los identifica de otros.

¹⁴ FORMICHELLA MARIA MARTA. Óp, Cit.

En el momento de hablar de emprendimiento educativo, es importante tener en cuenta que este se debe fomentar desde pre-escolar hasta el nivel superior, por medio del desarrollo de actividades y proyectos orientados al crecimiento de empresas o unidades de negocios con perspectiva de desarrollo sostenible.

La cultura de emprendimiento se da como respuesta al reto de formar personas con capacidad de cambio, a través de una educación de calidad que desarrolle valores, conocimientos y actitudes, tales como: visión de futuro, comportamiento autorregulado, capacidad para asumir riesgos, materialización de ideas en proyectos, innovación, identificación de oportunidades y recursos en el entorno, manejo de herramientas tecnológicas, creatividad y pensamiento flexible. Todas estas pueden madurar por medio de acciones que contribuyen al crecimiento de la persona en sus ámbitos académico, empresarial, cultural, social, entorno familiar y el medio ambiente; llevando a una capacidad de creatividad sobre la realidad que le rodea, despertando el potencial de empresarialidad en el ser humano. Por medio de este se identifican las oportunidades y se elaboran planes para crear empresas o negocios, generando así no solamente bienes y servicios sino también riqueza cultural, deportiva, artística, entre otros.¹⁵

5.2 Marco Conceptual

Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización¹⁶.

¹⁵ Colombia. Ministerio de Educación. “La Cultura De Emprendimiento En Los Establecimientos Educativos”

¹⁶ Colombia. Congreso de Colombia. Ley 1014 de 2006. (26 de enero de 2006)

Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva¹⁷.

Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad¹⁸.

Empresarialidad: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales¹⁹.

Formación para el emprendimiento: La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo²⁰.

Planes de Negocios: Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos²¹.

¹⁷ Ibíd.

¹⁸ Ibíd.

¹⁹ Ibíd.

²⁰ Ibíd.

²¹ Ibíd.

Cultura del Emprendimiento: Es el conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparte un grupo de personas hacia el EMPRENDIMIENTO, que surgen en la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos y establece una identidad entre sus miembros y lo identifica y diferencia de otro grupo²².

Red Municipal de Emprendimiento: Red de emprendimiento de Palmira, que tiene por objetivo principal promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos de la ciudad.²³

Creación de empresa: Capacidad de construir e idear una unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común.²⁴

5.3 Marco Contextual

La presente investigación fue llevada a cabo en la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, la cual fue fundada en 1986, iniciando sus labores en octubre de este año con 84 estudiantes en los programas académicos ofrecidos en ese momento:

- Ingeniería Industrial
- Ingeniería Química
- Ingeniería Civil
- Ingeniería Mecánica
- Ingeniería Física

²² Ibíd.

²³ Ibíd.

²⁴ Cuellar, Luz Yolima; Ideas para crear empresa, [en línea].
<<http://www.blogideasparacrearempresa.com/2010/04/la-empresa-es-la-unidad-economica.html>> [consulta: 5 de Octubre de 2012]

- Ingeniería Matemática y Estadística
- Ingeniería Sanitaria
- Ingeniería Agrícola
- Tecnología Química

Los estudiantes debían realizar su proceso académico los primeros 3 meses de forma presencial, y culminar sus estudios en la sede de la ciudad de Cali.

En el año 1997 debido a una protesta con la toma del Parque bolívar de la ciudad de Palmira, por parte de los estudiantes y la comunidad general de la sede, se logra obtener por la Alcaldía, el Coliseo de Ferias como sede para la realización de las clases.²⁵

En el año 2000 aumentan principalmente los estudiantes de Tecnología en Sistemas y Tecnología en Electrónica y se abre el programa académico de Psicología.

El 31 de Marzo de 2004 fue firmada la escritura de donación por parte de la empresa Manuelita S.A del lote La Carbonera.

En el segundo semestre de 2004 empiezan a funcionar los programas académicos de Licenciatura en Educación Física y Licenciatura en Educación Básica con énfasis en Ciencias y Educación Ambiental.

²⁵ GONZÁLEZ RÍOS, Angélica María. ADARME MUÑOZ, Stefany. Proceso de autoevaluación institucional para el cumplimiento del plan de acción de la universidad del Valle – Sede Regional Palmira, 2011. Trabajo de grado (Administración de Empresas). Universidad del Valle. Facultad de Ciencias de la Administración.

En la actualidad la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira funciona en dos lugares. Una parte en las instalaciones que se comparten con los laboratorios integrados de la ciudad; en este lugar se encuentran los laboratorios de sistemas. Y otra parte se encuentra en la sede “La Carbonera” en donde funcionan las oficinas de administración, la biblioteca “MANUELITA S.A”, 28 aulas de clases, los laboratorios de Tecnología en Electrónica y Tecnología en Alimentos, el bienestar universitario, la sala de profesores y el auditorio “EPSA”.

La sede universitaria ubicada en el barrio Zamorano de Palmira, en el primer semestre del año 2013 cuenta con mil quinientos once (1511) estudiantes, y ofrece los siguientes programas académicos²⁶:

- Tecnología en Alimentos
- Tecnología en Electrónica
- Tecnología en Sistemas
- Tecnología Agroambiental
- Ingeniería Industrial
- Licenciatura en Educación Física
- Psicología
- Contaduría Pública
- Administración de Empresas

5.4 Marco Jurídico Legal

La Ley 1014 del 26 enero de 2006, es una de las leyes más importantes en cuanto a emprendimiento en nuestro país, ya que intenta fomentar la cultura de

²⁶ SECRETARÍA ACADÉMICA, Informe del número de estudiantes en la sede, 2013.

emprendimiento a nivel nacional, departamental y municipal. En uno de los objetivos planteados señala²⁷:

“Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley”

En esta Ley también se establece la importancia de establecer redes de emprendimiento regionales, que permitan promover y fomentar este espíritu emprendedor, en donde se deben establecer alianzas con organizaciones, que permitan generar acciones en conjunto que²⁸:

“...permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales”

La Ley 789 de 2002 del Congreso de la República, es creada con el propósito de apoyar el empleo y ampliar la protección social. En su artículo 40 establece la creación del Fondo Emprender como una cuenta adscrita y administrada por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) cuyo objetivo será²⁹:

“...financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales que su formación se esté desarrollando o se haya desarrollado en instituciones que para los efectos legales, sean reconocidas por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen”

²⁷ Colombia. Congreso de Colombia. Ley 1014 de 2006. (26 de enero de 2006)

²⁸ *Ibíd.*

²⁹ Colombia. Gobierno Nacional. Ley 789 de 2002 – artículo 40. Decreto 934 de 2003. (Abril 11)

La Ley 905 de 2004:

“Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”³⁰

Uno de los objetivos planteados en esta ley es el de estimular o fomentar la creación de micros, pequeñas y medianas empresas, con el fin de crear un mercado altamente competitivo.

Política Nacional de Emprendimiento, por medio de la cual el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo reconoce la importancia de fomentar el emprendimiento en Colombia, tomando como referencia la Ley 1014 de 2006³¹.

El papel del Estado en el fomento del emprendimiento es:

- Promover la alianza público-privada académica
- Facilitar condiciones para el emprendimiento
- Desarrollar la dimensión local del emprendimiento

³⁰ Colombia. congreso de Colombia. Ley 905 de 2004. (2 de agosto de 2004)

³¹ Colombia. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Política Nacional de Emprendimiento. (19 de julio de 2011)

6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 Tipo de estudio

La investigación llevada a cabo es descriptiva - exploratoria, por lo cual pretende caracterizar a los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira midiendo aspectos específicos de su proceso emprendedor, además actualmente en Palmira no existe una investigación que caracterice a estos jóvenes, y que permita incentivar el espíritu emprendedor en la ciudad, al servir como base para la Red Municipal de Emprendimiento.

6.2 Método de investigación

Método deductivo

A partir de una situación general, se llegan a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira.

De los estudiantes, se espera analizar y evaluar su desarrollo emprendedor, siendo este el tema explícito.

6.3 Técnica de recolección de información

Tendremos en cuenta un método cuantitativo, ya que realizaremos una encuesta personal a los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, para establecer su situación actual en el campo específico que se investigó.

6.4 Población y muestra

6.4.1 Población

La población son todos los estudiantes activos de los diferentes programas académicos de la Universidad del Valle-Sede Regional Palmira, quienes suman en total mil quinientos once (1.511).

6.4.2 Cálculo de la muestra

Para el logro de los objetivos del estudio se tomó una muestra aleatoria por carrera; de las cuales se escogen aleatoriamente los estudiantes a los cuales se les aplica el 100% de la encuesta.

Como primera medida se supone para cada carrera una proporción esperada del 50%, lo que significa la probabilidad de ser escogido un estudiante y la probabilidad de no ser escogido para la aplicación de la encuesta, puesto que con este valor se obtiene el mayor tamaño muestral, además no se consideró información de un estudio anterior ya que no existe en la ciudad.

$$n_0 = \frac{\left(\sum_{h=1}^L W_h \sqrt{\frac{N_h P_h (1 - P_h)}{N_h - 1}} \right)^2}{\left(\frac{\delta}{Z_{\alpha/2}} \right)^2}$$

Donde “Wh” se refiere a la proporción del número de estudiantes de cada programa académico dividido por el número total de estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira (Nh/n); el error muestral considerado fue de 5% y el nivel de confiabilidad fue del 95%.

Después de la aplicación de la fórmula el tamaño de la muestra resulta ser de doscientos treinta y dos (232), teniendo en cuenta que por programas académicos también se elige determinado número de encuestas a realizar de la siguiente manera:

Programas Académicos	Número de estudiantes a encuestar
Tecnología Agroambiental	8
Tecnología en Sistemas	9
Tecnología en Alimentos	11
Tecnología en Electrónica	11
Psicología	34
Licenciatura en Educación Física	32
Ingeniería Industrial	32
Contaduría Pública	46
Administración de Empresas	49
TOTAL	232

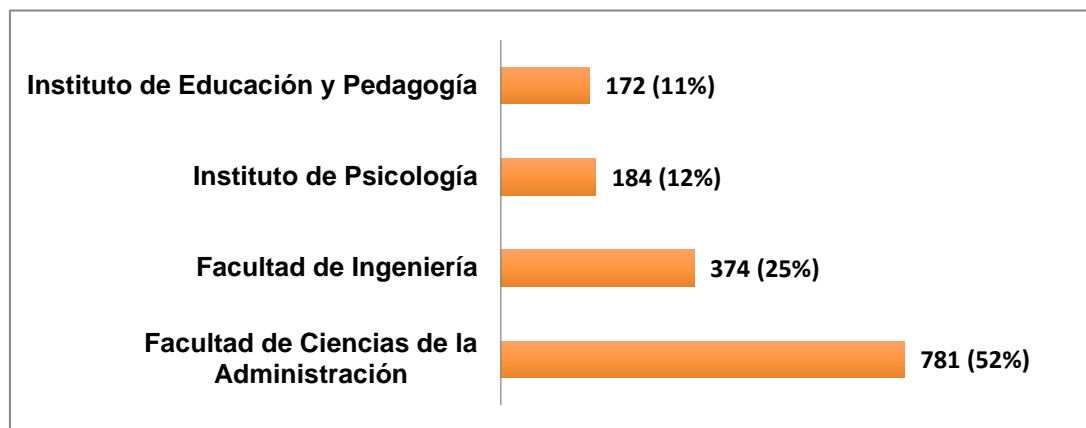
Se decide generar un número muestral por programa académico para obtener una muestra más representativa e involucrar de cierta manera a todos los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira

7. CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN ESTUDIANTIL DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE – SEDE REGIONAL PALMIRA

La Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, cuenta con nueve (9) programas académicos, los cuales pertenecen a cuatro (4) facultades e institutos diferentes, distribuidos de la siguiente manera:

- Facultad de Ciencias de la Administración: Administración de Empresas y Contaduría Pública
- Facultad de Ingeniería: Ingeniería Industrial, Tecnología en Alimentos, Tecnología Agroambiental, Tecnología Electrónica y Tecnología en Sistemas.
- Instituto de Educación y Pedagogía: Licenciatura en Educación Física.
- Instituto de Psicología: Psicología.

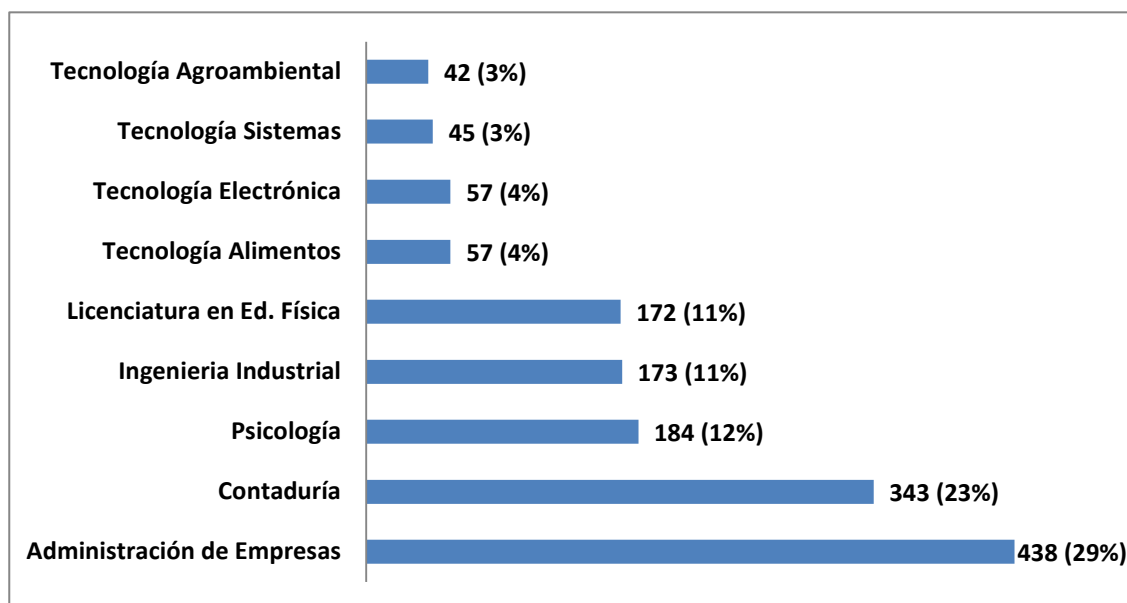
Gráfico 1: Población estudiantil por facultades e institutos



Fuente: Secretaría Académica de la Universidad del Valle – Sede Palmira

En el gráfico 1 se relaciona la población estudiantil por facultades e institutos, donde la Universidad del Valle - Sede Regional Palmira, cuenta con mil quinientos once (1.511) estudiantes. Es importante destacar que la Facultad de Ciencias de la Administración representa más de la mitad de la población total estudiantil en la Universidad del Valle – Sede Palmira con un 52%.

Gráfico 2: Población total estudiantil por programas académicos

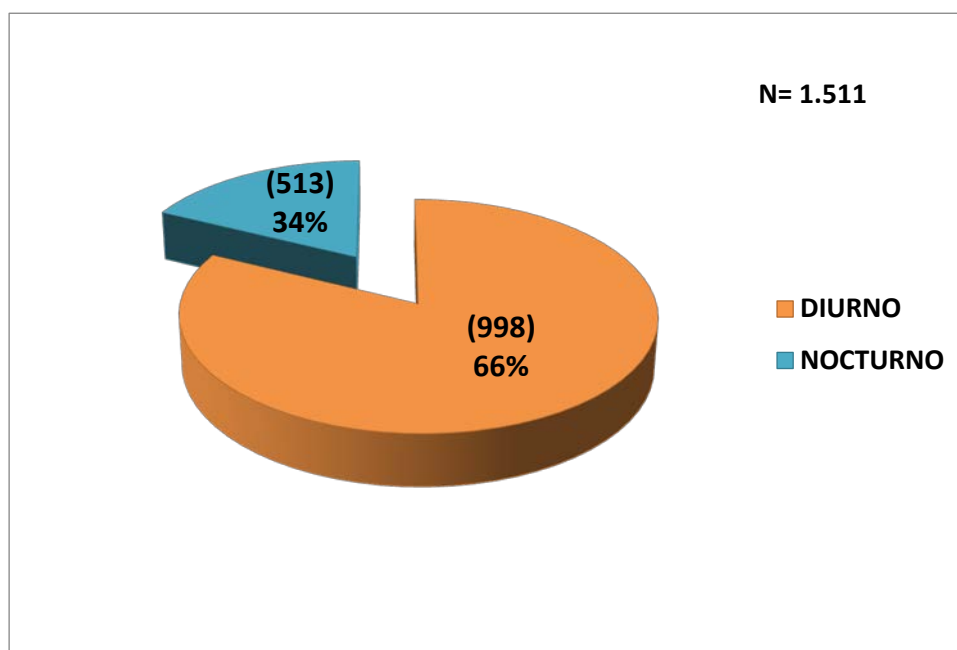


Fuente: Secretaría Académica de la Universidad del Valle (Palmira)

En el gráfico 2 se aprecia la población estudiantil por los programas académicos ofertados por la universidad. El programa de Administración de Empresas contiene la mayor cantidad de estudiantes con un porcentaje del 29%. Contaduría, también perteneciente a la Facultad de Ciencias de la Administración representa el segundo lugar con un porcentaje del 23%. Entre los programas con menor cantidad se pueden encontrar Tecnología Agroambiental y en Sistemas, ambos programas con el 3% del total de la población.

Revisando la distribución de la población estudiantil por jornadas de los mil quinientos once (1511) estudiantes, se aprecia que la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, tiene doble jornada de estudio. La jornada diurna está compuesta por todos los programas académicos: Administración de Empresas, Contaduría, Ing. Industrial, Tec. en Alimentos, Tec. Agroambiental, Tec. Electrónica, Tec. Sistemas, Licenciatura en Edu. Física y Psicología. Por esta razón, la jornada diurna tiene mayor cantidad de estudiantes con el 66% (998 estudiantes). La jornada nocturna por su parte está compuesta por Administración de Empresas y Contaduría, correspondiente al 34% (513 estudiantes) de la población total estudiantil. (Ver gráfico 3).

Gráfico 3: Población total Universidad del Valle – Sede Regional Palmira por jornadas.



Fuente: Secretaría Académica de la Universidad del Valle – Sede Palmira

En la tabla 1 se encuentra la distribución de los mil quinientos once (1511) estudiantes de todos los programas académicos de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira.

Tabla 1: Total De Estudiantes De La Universidad Del Valle – Sede Regional Palmira Por Jornadas.

CARRERAS	Diurno	Nocturno
Administración de Empresas	173	170
Contaduría	95	343
Psicología	184	-
Ingeniería Industrial	173	-
Licenciatura en Ed. Física	172	-
Tecnología Alimentos	57	-
Tecnología Electrónica	57	-
Tecnología Sistemas	45	-
Tecnología Agroambiental	42	-
TOTAL	1511	

Fuente: Secretaría Académica de la Universidad del Valle – Sede Palmira

7.1. La Universidad Como Promotora Del Emprendimiento

El papel de las universidades en los estudiantes es fundamental en su proceso emprendedor, ya que estas permiten consolidar las bases necesarias para la creación de ideas de negocio, mediante la capacitación adecuada y el mejoramiento de sus propias habilidades empresariales. Este ente educativo permite cambiar la mentalidad en gran parte de sus alumnos, mientras el objetivo principal sea educarlos para emprender su propio negocio. Una de las maneras para desarrollar las capacidades y habilidades de estos estudiantes es la inclusión de materias relacionadas con el emprendimiento en el pensum o currículo de los

programas académicos ofertados por la universidad. Además de la preparación recibida en las clases, la Universidad puede crear un centro o programa de emprendimiento dedicado al asesoramiento de aquellos estudiantes que desean ampliación del tema, o que tienen una idea de negocio pero no saben cómo direccionarla.

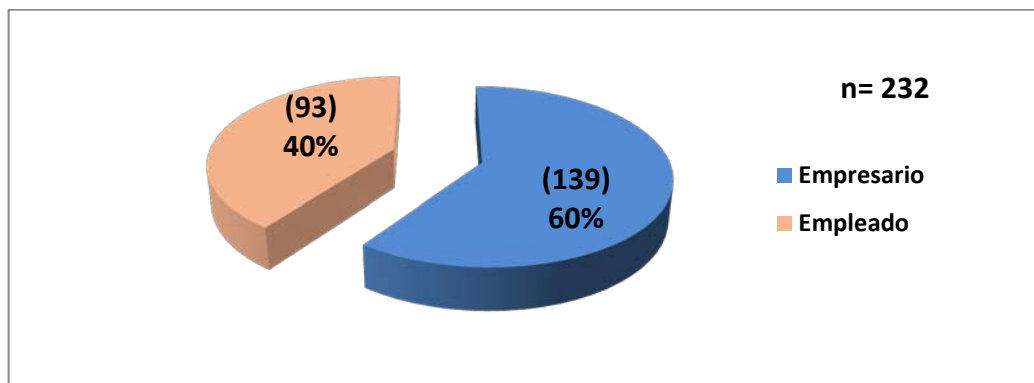
La universidad puede llegar a cambiar la mentalidad de una persona entre ser empleado y empresario, pero también depende de la disponibilidad y decisión de cada estudiante sobre el camino que desea tomar.

7.1.1 Motivación de la universidad hacia el emprendimiento

Para que progrese el desarrollo del emprendimiento en la ciudad, es fundamental el apoyo que brindan las instituciones educativas a los jóvenes. Uno de los puntos a identificar en esta investigación es la percepción que tienen los estudiantes en cuanto a la motivación recibida por parte de la universidad, para que estos emprendan su propio negocio o por el contrario, decidan surgir como empleados.

Los resultados arrojados de los doscientos treinta y dos (232) estudiantes, muestran que el 60% considera que la Universidad en su proceso educativo, motiva a que se formen para ser empresarios y un 40% considera lo contrario, es decir, a ser empleados. (Ver gráfico 4)

Gráfico 4: Motivación de la Universidad hacia el emprendimiento.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

7.1.2 Orientación del currículo al emprendimiento

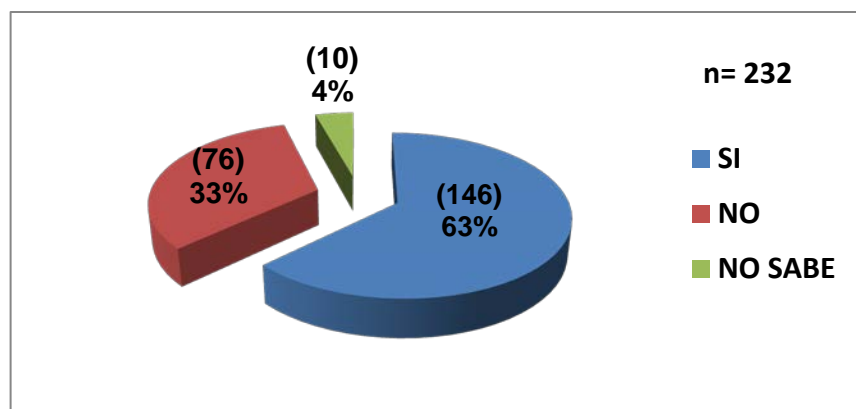
Uno de los pasos principales para que las universidades direccionen a sus estudiantes en emprendimiento, es por medio de la orientación de su currículo o pensum académico. Los programas o carreras que contengan este tipo de materias, le permiten al estudiante conocer más a fondo acerca de la importancia

de crear su propio negocio o direccionar de manera exitosa aquellas ideas que solo estén plasmadas en su mente. Además, pueden motivar a los estudiantes que inicialmente no se ven interesados en este tema o que simplemente no tienen conocimiento alguno.

Observando la importancia que tiene conocer si la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, enfoca parte de su pensum académico hacia el emprendimiento en los diferentes programas de pregrado y tecnologías, la población estudiantil es indagada acerca de si su carrera contiene asignaturas relacionadas con este tema.

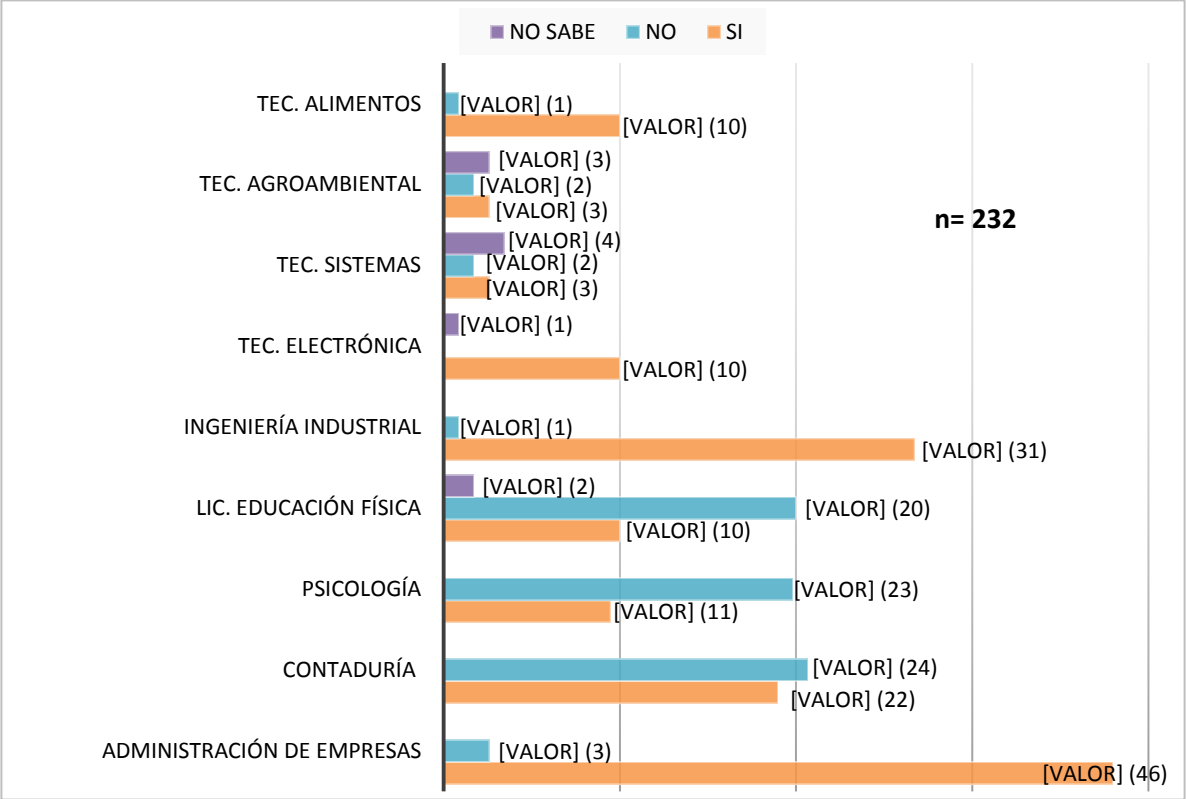
Los resultados muestran que más de la mitad de las doscientos treinta y dos (232) personas, reconocen tener este tipo de materias con un 63%, mientras que un 33% responde negativamente, y el 4% muestra no tener conocimiento. (Ver gráfico 5)

Gráfico 5: Conocimiento de los estudiantes sobre las asignaturas de su pensum relacionadas con emprendimiento.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Gráfico 6: Conocimiento de los estudiantes sobre las asignaturas de su pensum relacionadas con emprendimiento por carreras.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Cuando se observan los resultados obtenidos por facultades e institutos se encuentra que en la Facultad de Ciencias de la Administración, existen diferentes opiniones dentro de las personas encuestadas, ya que Administración de empresas representa el 19% de los estudiantes que consideran que su pensum académico sí contiene materias relacionadas con emprendimiento y el 1% dice no tenerlas. En Contaduría Pública es mayor el porcentaje de los que consideran que su currículo no las contiene con el 10%y el 9% considera lo contrario. (Ver gráfico 6)

En la Facultad de Ingeniería también podemos observar diferentes opiniones. Empezando con Ingeniería Industrial, se encuentra que el 13% de las personas encuestadas dice si tener estas materias, y solo un 0,4% considera lo contrario. En Tecnología Electrónica y de Alimentos existe un porcentaje del 10% indicando que su currículo si las contiene. Por último, Tecnología en Sistemas y Agroambiental presentan respuestas divididas, en donde prevalece el desconocimiento de este tema con porcentajes del 2% y 1% respectivamente.

En los Institutos de Psicología y de Educación y Pedagogía lidera la respuesta negativa a contener estas materias. Psicología por su parte tiene un 10% de personas que consideran que no tienen asignaturas relacionadas, y 5% dice si contenerlas. En Licenciatura en Educación Física, el 9% de los encuestados respondieron en forma negativa, mientras que el 5% respondió afirmativamente y un 1% desconoce este aspecto. (Ver gráfico 6)

7.1.3 Espacio para el emprendimiento

La universidad en los estudiantes que aspiran a obtener un grado superior de educación, representa el acercamiento más notable al mundo empresarial, o a la idea de emprendimiento, por eso cuando la universidad reconoce la importancia de este aspecto y lo introduce en su cultura, se encontrarán muchos más estudiantes con visión de crear su propia empresa y con esto generar empleo para su sociedad.

Una de las mejores opciones para generar esta cultura es por medio de una red, centro, unidad o programa de emprendimiento, el cual permitirá impulsar a los estudiantes, demostrándoles que es posible crear su propia empresa, así como direccionar a aquellos que ya tienen su propia idea de negocio pero no saben cómo ponerla en marcha, o simplemente darles a conocer a aquellos estudiantes que no conocen absolutamente nada sobre estos temas. También permiten

identificar a los emprendedores potenciales, y contactarlos con aquellas instituciones que apoyan una idea de negocio sólida, sustentable e innovadora.

La Universidad del Valle – Sede Regional Palmira cuenta con un Centro de Emprendimiento, creado en Agosto de 2009 por el Docente Jose Dario Buitrago³². El aporte que esperaba generar la Universidad, es el de desarrollar un espíritu empresarial y una cultura emprendedora, así como facilitar de manera efectiva todo el proceso de incubación y desarrollo, en temas como formulación del plan de negocios, gestión administrativa y tecnológica, y al final presentar el portafolio de entidades que brindan oportunidades de financiación y capitales semilla.

El objetivo general de este centro consiste en incluir el programa de Emprendimiento Empresarial para la Sede Palmira de la Universidad del Valle, como estrategia de impacto social y económico en la región, y que a la vez capture el liderazgo sobre el tema de emprendimiento en su área de influencia. En cuanto a los objetivos específicos se encuentran:

- Fomentar la cultura emprendedora en la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira.
- Fomentar el desarrollo de los proyectos empresariales.
- Introducir líneas de formación transversales en la Universidad del Valle – Palmira.
- Potenciar la vinculación con el entorno socioeconómico de la región.

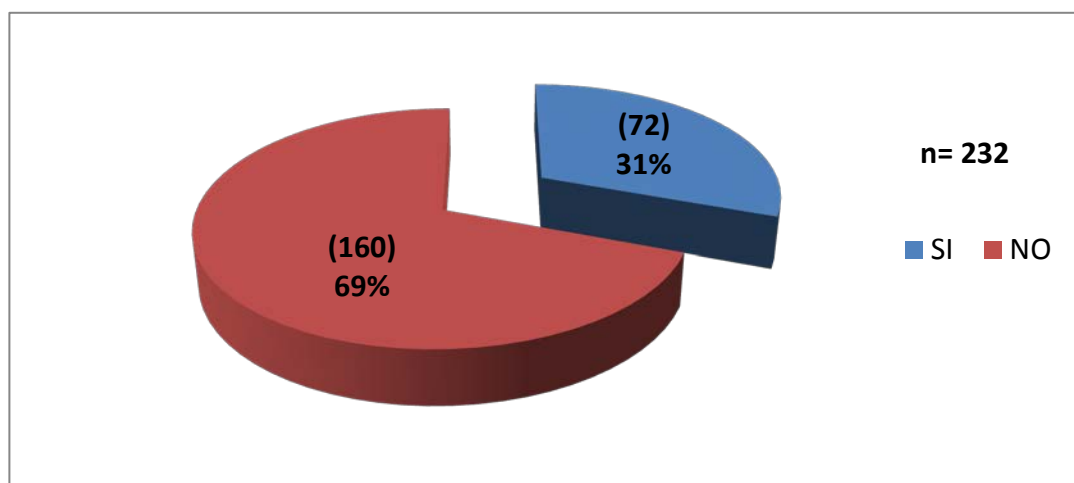
Actualmente la Universidad tiene en receso el Centro de Emprendimiento, debido a que no hay una persona fija para atender estos casos. Sin embargo, hay dos proyectos en proceso de formación: uno es sobre creación de mermeladas

³² BUITRAGO, Jose Darío. Administrador de Empresas (U Externado de Col), Esp. Negocios Internacionales (Universidad Icesi). Esp. Finanzas (Universidad del Valle). Director Comercial Pelikan Colombia. Consultor. Docente.

patrocinado por Comfenalco y ejecutado por estudiantes de Administración de Empresas, y otro elaborado por estudiantes de Tecnología Agroambiental y patrocinado por la Alcaldía.

Al observar la importancia que tienen estos centros de emprendimiento, y al detectar que la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, ya lo tiene estructurado con dos proyectos en marcha, se decidió preguntar a los doscientos treinta y dos (232) estudiantes de esta sede universitaria, si tienen conocimiento de la existencia de este, y los resultados arrojados señalan que el 69% de los encuestados no tiene conocimiento alguno, mientras que el 31% restante afirma lo contrario. (Ver gráfico 7)

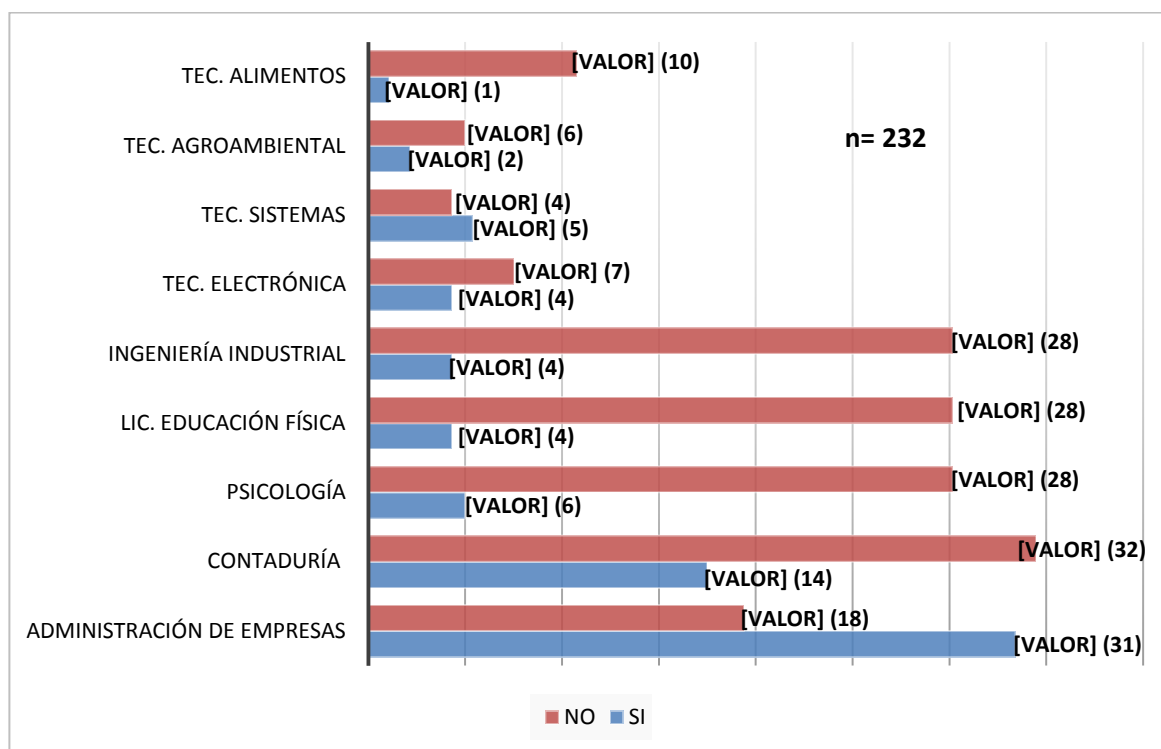
Gráfico 7: Conocimiento de los estudiantes sobre el Centro de Emprendimiento universitario.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

En el gráfico 8 se puede observar que en la Facultad de Ciencias de la Administración, entre los dos programas académicos existen diferentes opiniones. Administración de Empresas por su parte es la carrera que tiene el mayor porcentaje afirmando que si tiene conocimiento de la existencia del centro de emprendimiento con un 13%. Contaduría Pública tiene un porcentaje del 14% de personas que dicen no tener conocimiento de este centro. La Facultad de Ingeniería, el Instituto de Educación y Pedagogía y el de Psicología también reflejan el desconocimiento notable sobre la existencia de esta unidad. Administración de Empresas y Tecnología en Sistemas son los únicos programas académicos en los cuales la respuesta positiva sobrepasa la negativa.

Gráfico 8: Conocimiento de los estudiantes sobre el Centro de Emprendimiento universitario por carreras.

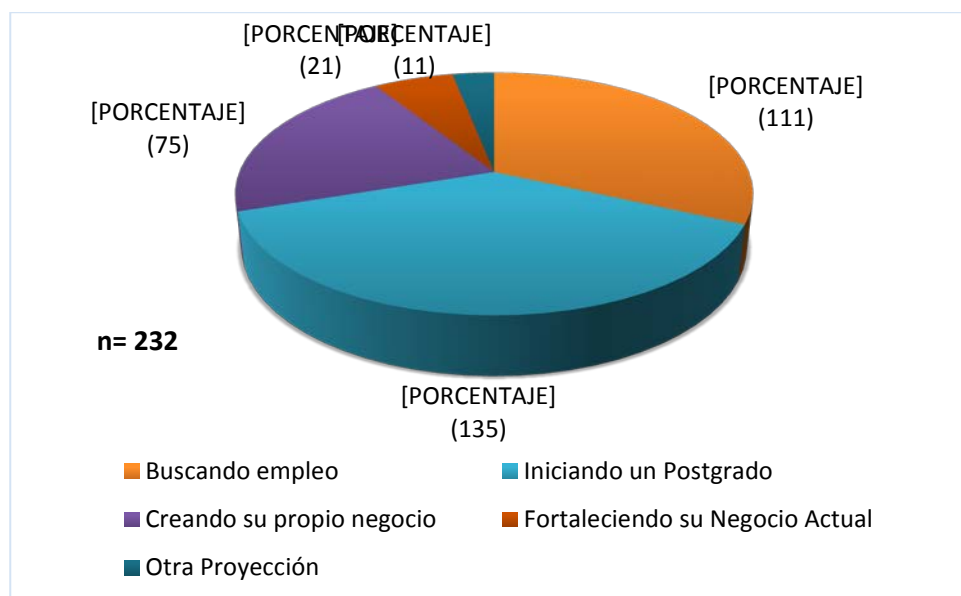


Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

7.2. Situación actual del estudiante y su visión al terminar la carrera

Al caracterizar a los doscientos treinta y dos (232) estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, para conocer más a fondo su estado laboral y su proyección a futuro, se pudo obtener una investigación más detallada sobre la población objeto de estudio. Por esta razón, se indagó su visión o proyección al terminar su carrera, dándoles las siguientes opciones a marcar en la encuesta: Iniciando un postgrado, buscando empleo, creando su propio negocio, fortaleciendo su negocio actual y otro tipo de proyección, teniendo la oportunidad de marcar más de una opción. Se obtuvieron trescientas cincuenta y tres (353) opciones marcadas por los doscientos treinta y dos (232) estudiantes, señalando que el mayor porcentaje se proyecta iniciando un postgrado con un 38%, seguido de buscar un empleo con un 32%, también se visualizan creando su propio negocio con un 21% y fortaleciendo el actual con un 6%. Por último, el 3% restante señala que tiene otro tipo de proyecciones. (Ver gráfico 9)

Gráfico 9: Proyección del estudiante universitario al terminar su carrera.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Al 3% de los encuestados que respondieron que se visualizaban con otra proyección, se les indagó cuál era esta, y se encontró que iniciar un pregrado, ascender en el trabajo y realizar una pasantía son otras de las opciones que tienen en mente.

En la tabla 2 se pueden observar todas las trescientas cincuenta y tres (353) opciones señaladas por los doscientos treinta y dos (232) estudiantes, incluyendo las proyecciones del 3%.

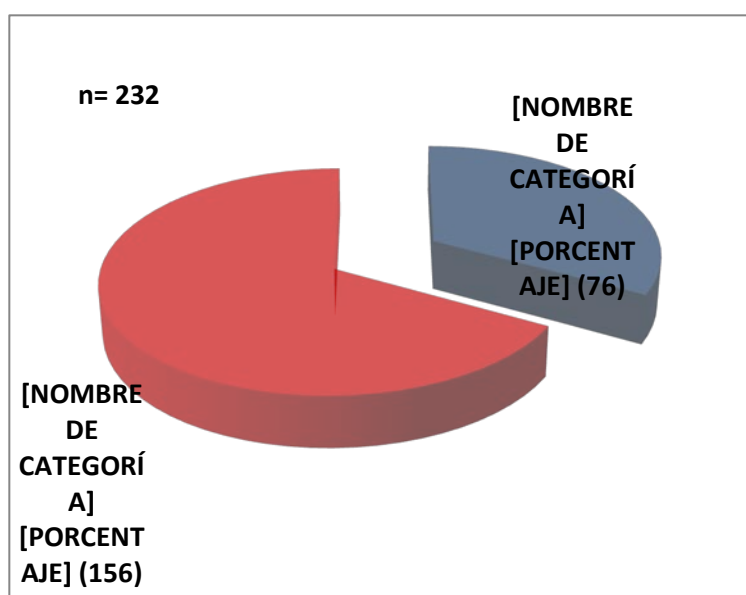
Tabla 2: Proyección del estudiante universitario al terminar su carrera

PROYECCIONES	Número de respuestas	%
Buscando empleo	111	32%
Iniciando un postgrado	135	38%
Creando su propio negocio	75	21%
Fortaleciendo negocio actual	21	6%
Iniciando un pregrado	9	3%
Ascender en el trabajo	1	0%
Realizando pasantía	1	0%
TOTAL	353	100%

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Otro de los factores a analizar en esta parte de la investigación, es el estado laboral de nuestra población estudiantil. Para ampliar este tema, se indagó cuántos de los doscientos treinta y dos (232) estudiantes se encuentran laborando actualmente y se halló que más de la mitad se encuentran sin empleo con un 67%, y el 33% restante si labora. (Ver gráfico 10)

Gráfico 10: Estudiantes que se encuentran laborando actualmente.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Al analizar los resultados por facultades e institutos, se pudo encontrar que la Facultad de Ciencias de la Administración es la que contiene un mayor porcentaje en las personas que laboran con un 21%.

En el Instituto de Educación y Pedagogía el 7% laboran y el 7% no lo hacen.

En el Instituto de Psicología y en la Facultad de Ingeniería existen altos porcentajes de los estudiantes que no trabajan con un 12% y 28% respectivamente. (Ver tabla 3)

Tabla 3: Estudiantes que se encuentran laborando actualmente por facultades e institutos.

n= 232

FACULTADES E INSTITUTOS	SI	%	NO	%
Facultad de Ciencias de la Administración	49	21%	46	20%
Facultad de Ingeniería	4	2%	67	28%
Instituto de Psicología	7	3%	27	12%
Instituto de Educación y Pedagogía	16	7%	16	7%
TOTAL	76	33%	156	67%

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

7.3 Proyección del estudiante hacia el emprendimiento

El paso más importante en el proceso de un estudiante hacia el emprendimiento de su propia empresa o negocio, es la generación de la idea exitosa, la cual requiere de una gran creatividad, imaginación y decisión. La idea del negocio es el cimiento de la nueva organización, y por esta razón es importante plasmarla y planearla de la manera indicada, ya que dependiendo de qué tan sólida y confiable sea, podrá surgir una gran empresa. Este primer paso debe tener en cuenta las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades que tendrá el futuro negocio, pensando en el mercado objetivo al cual se enfocará.

Cada nueva idea debe surgir de acuerdo con las siguientes fases, que no necesariamente han de guardar el mismo orden:

- Proceso de identificación de necesidades en el mercado.
- Generación de ideas.
- Evaluación de las ideas.
- Concepto de producto (transformar la idea en propuesta clara de beneficio para el consumidor).
- Análisis empresarial (estudio target, costes etc).

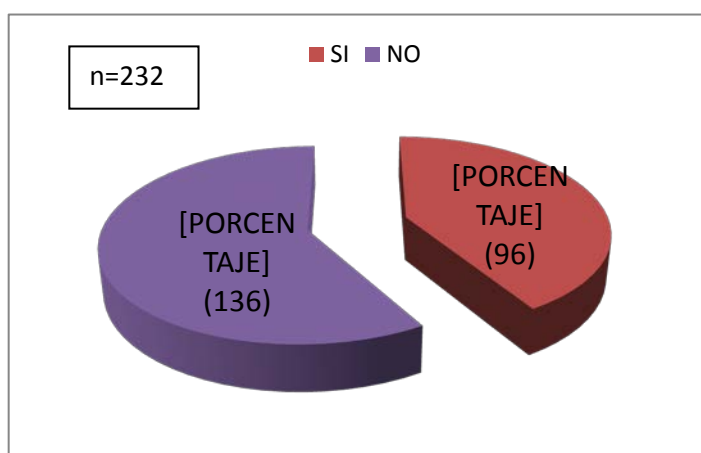
Pero, ¿cómo saber si nuestra idea de negocio es susceptible de prosperar? En este sentido, se debe tener en cuenta los siguientes puntos³³:

³³ Infoautónomos. LA IMPORTANCIA DE LA IDEA DE NEGOCIO. [en línea] [citado: 25 de abril de 2013] Disponible en página: <http://www.emprendepymes.es/la-importancia-de-la-idea-de-negocio/>

- Procurar dirigirse a mercados en crecimiento, pues las oportunidades se multiplicarán en ese caso. Si la idea corresponde con mercados estancados o en declive, se debe ser consciente de la situación, actuar con precaución o, directamente no actuar.
- Se debe estar seguro de la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado para nuestra propuesta.
- Se debe ofrecer algo diferente o que simplemente satisfaga necesidades de los clientes.
- Siempre hay que ser realista y estudiar concienzudamente los recursos materiales o económicos necesarios, para el desarrollo de la idea de negocio.
- Y algo fundamental: luchar para que metas empresariales y objetivos personales surjan.

Teniendo en cuenta este importante aspecto, se indagó más a fondo acerca de la cantidad de estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira que en este momento ya tienen una idea de negocio tomando como referencia los doscientos treinta y dos (232) de la muestra representativa, y los resultados arrojados muestran que el 41% de las personas encuestadas respondieron que sí, y por consiguiente el 59% aún no la tiene. (Ver gráfico 11)

Gráfico 11: Estudiantes con idea de negocio.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Cuando se analizan los resultados anteriores por facultades e institutos, se encuentra que la Facultad de Ciencias de la Administración es la que posee el mayor porcentaje de personas que tienen idea de negocio con un 20%, mientras que el Instituto de Psicología obtuvo el menor porcentaje con un 4%. (Ver tabla 4)

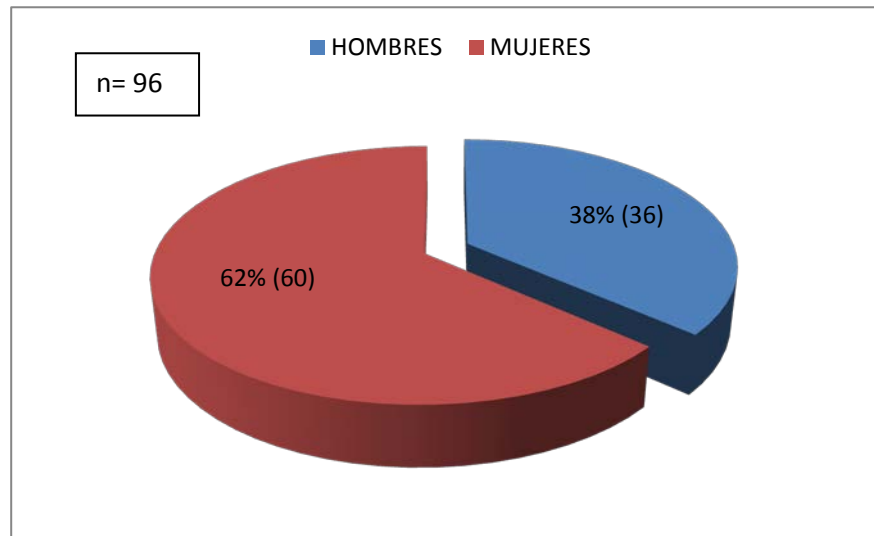
Tabla 4: Estudiantes por facultades e institutos con idea de negocio.

FACULTADES E INSTITUTOS	SI	%	NO	%
Facultad de Ciencias de la Administración	47	20%	48	21%
Facultad de Ingeniería	24	10%	47	20%
Instituto de Psicología	10	4%	24	10%
Instituto de Educación y Pedagogía	15	6%	17	7%
TOTAL	96	41%	136	59%

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

En el gráfico 12, al analizar a los noventa y seis (96) estudiantes que tienen idea de negocio según su sexo, se encontró que las mujeres tienen un mayor porcentaje con un 62%, mientras que el 38% restante son hombres.

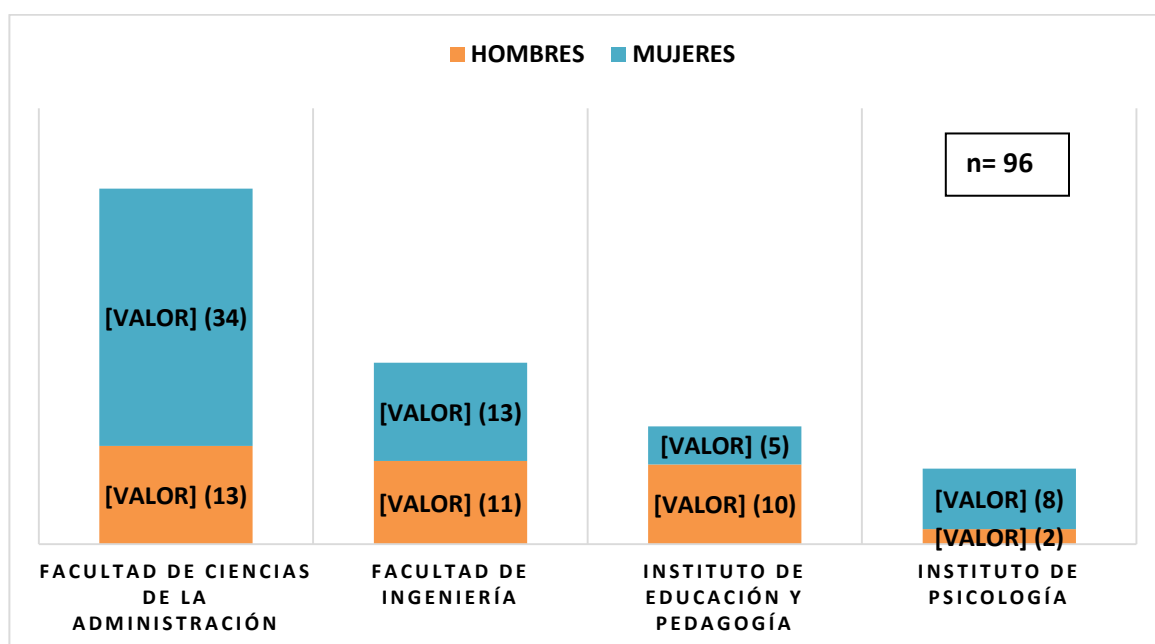
Gráfico 12: Estudiantes con idea de negocio por sexo.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

En cuanto a la distribución de los noventa y seis (96) estudiantes con idea de negocio por sexo y carreras, se concluyó que el Instituto de Psicología, la Facultad de Ingeniería y la Facultad de Ciencias de la Administración tienen mayor porcentaje de mujeres con un 8%, 14% y 35% respectivamente, mientras que el Instituto de Educación y Pedagogía mostró mayor cantidad de hombres con un 11%, resaltando que a este instituto pertenece el programa de Licenciatura en Educación Física. (Ver gráfico 13)

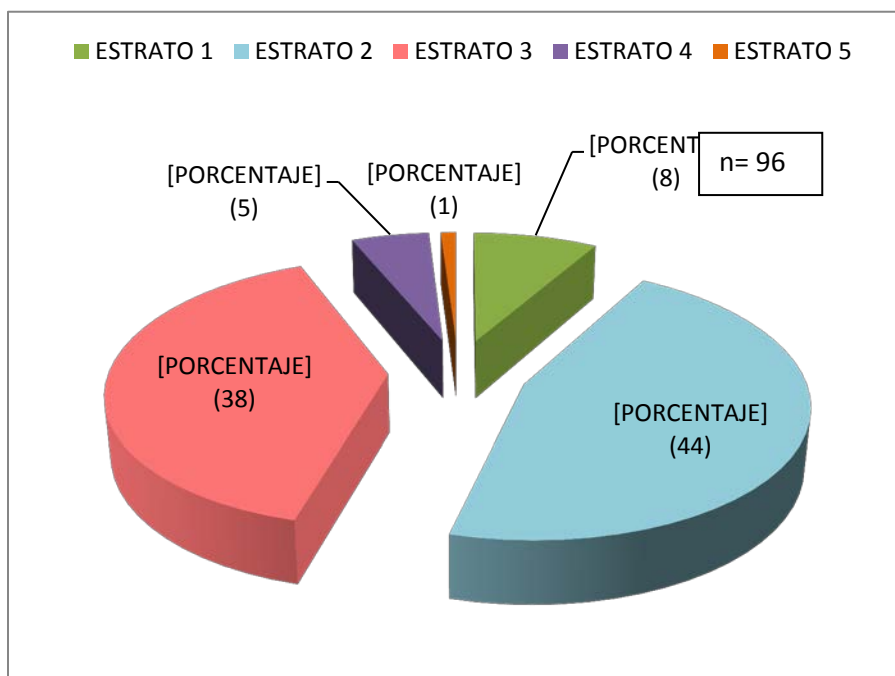
Gráfico 13. Estudiantes con idea de negocio por sexo y carreras.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

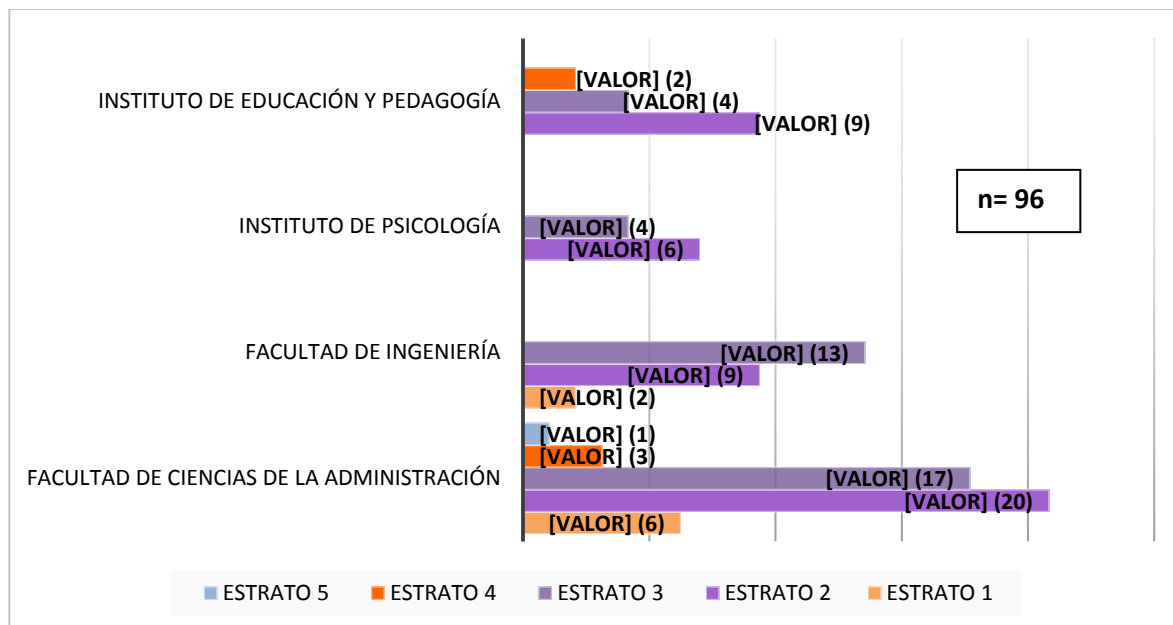
La presente investigación indagó sobre los estratos a los cuales pertenecen los noventa y seis (96) estudiantes con idea de negocio, y se obtuvieron los siguientes resultados: con un porcentaje del 46% el estrato dos (2) representa la mayor cantidad, seguido por el estrato tres (3) con un 40%. El estrato uno (1) representa el tercer lugar con un porcentaje del 8%. El estrato cuatro (4) tiene un 5% del total y por último el estrato cinco (5) con un porcentaje del 1%. (Ver gráfico 14)

Gráfico 14: Estratos de los estudiantes con idea de negocio.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira)

Gráfico 15: Estratos de los estudiantes con idea de negocio por facultades e institutos.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Al describir la distribución de los estratos de los noventa y seis (96) estudiantes con idea de negocio por facultades e institutos, se pudo encontrar que el Instituto de Psicología se encuentra dividido por el estrato dos (2) con un 7%, y el estrato tres (3) con un 4%.

El Instituto de Educación y Pedagogía presenta un 4% en el estrato tres (3), un 9% en el estrato dos (2) y un 2% en el estrato cuatro (4).

La Facultad de Ingeniería muestra un 14% en el estrato tres (3), un 9% en el estrato dos (2) y un 2% en el estrato uno (1).

En la Facultad de Ciencias de la Administración se presenta la mayor diversidad de estratos, empezando con un 21% en el estrato dos (2), 18% en el estrato tres

(3), 6% en el estrato uno (1), 3% en el estrato cuatro (4), y 1% en el estrato cinco (5). (Ver gráfico 15)

En la tabla 5 se muestran los rangos de edad de los noventa y seis (96) estudiantes con idea de negocio, en donde se halló que el mayor porcentaje se encuentra entre los 20 y 22 años de edad con un 44%. Seguido por el rango de 17 a 19 años con un 28%. El menor porcentaje está entre los 38 y 40 años con el 1% del total de los estudiantes tenidos en cuenta.

Tabla 5: Edades promedio de estudiantes con idea de negocio por facultades e institutos.

Rango de edades	Frecuencia	%
Entre 17 y 19	27	28%
Entre 20 y 22	42	44%
Entre 23 y 25	14	15%
Entre 26 y 28	4	4%
Entre 29 y 31	4	4%
Entre 32 y 34	2	2%
Entre 35 y 37	2	2%
Entre 38 y 40	1	1%
TOTAL	96	100%

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Los semestres en los que se encuentran los estudiantes con idea de negocio se pueden encontrar en la tabla 6 por facultades e institutos. En la Facultad de Ciencias de la Administración los últimos semestres son los que tienen mayor concentración estudiantil, o sea noveno y décimo semestre con 28% y 21% respectivamente. En la Facultad de Ingeniería la mayor concentración se encuentra en el cuarto semestre con un 50%, y la menor en el noveno semestre con un 4%, en donde se puede destacar que en los últimos semestres es donde los estudiantes deberían tener mayor cantidad de capacidades desarrolladas a lo largo de su carrera, para tener planteada una idea de negocio sustentable. En el Instituto de Educación y Pedagogía el mayor porcentaje se encuentra en el décimo semestre con un 40% y en el Instituto de Psicología el 100% se encuentran en el séptimo semestre. (Ver tabla 6)

Tabla 6: Semestres de estudiantes con idea de negocio por facultades e institutos.

FACULTADES E INSTITUTOS	SEMESTRE	Estudiantes	%
Facultad de Ciencias de la Administración	Primero	6	13%
	Tercero	2	4%
	Quinto	5	11%
	Séptimo	9	19%
	Octavo	2	4%
	Noveno	13	28%
	Décimo	10	21%
Total F. Ciencias de la Administración		47	100%

Facultad de Ingeniería	Tercero	6	25%
	Cuarto	12	50%
	Quinto	3	13%
	Sexto	2	8%
	Noveno	1	4%
Total F. de Ingeniería		24	100%

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Tabla 6 (continuación): Semestres de estudiantes con idea de negocio por facultades e institutos.

FACULTADES E INSTITUTOS	SEMESTRE	Estudiantes	%
Instituto de Educación y Pedagogía	Tercero	2	13%
	Quinto	2	13%
	Séptimo	4	27%
	Décimo	6	40%
	Duodécimo	1	7%
Total I. de Educación y Pedagogía		15	100%

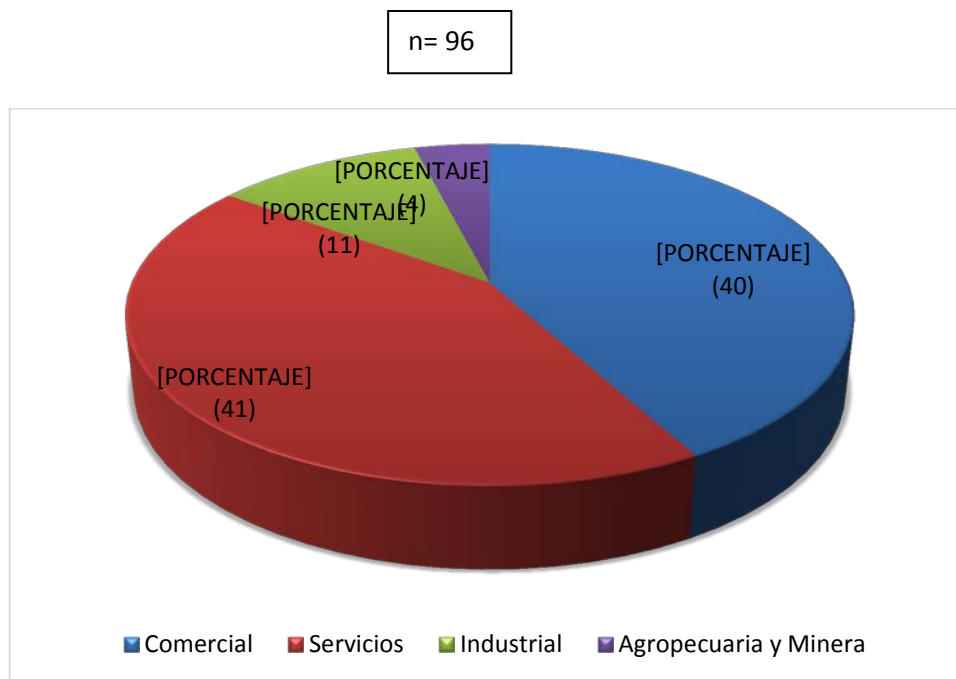
Instituto de Psicología	Séptimo	10	100%
Total I. de Psicología		10	100%

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

7.3.1 Actividad económica de la idea de negocio

Con el propósito de conocer las tendencias que tienen los estudiantes para definir la actividad económica de su proyecto o idea empresarial, se preguntó a los noventa y seis (96) estudiantes que respondieron positivamente a tener una idea de negocio, cuál es la actividad económica relacionada con esa idea y se encontró que el 43% están enfocados a la actividad económica de servicios, mientras que el 42% a la comercial, seguido por la actividad económica industrial con un 11% y con el 4% restante tenemos la agropecuaria y minera. (Ver gráfico 16)

Gráfico 16: Actividades económicas de las ideas de negocio.



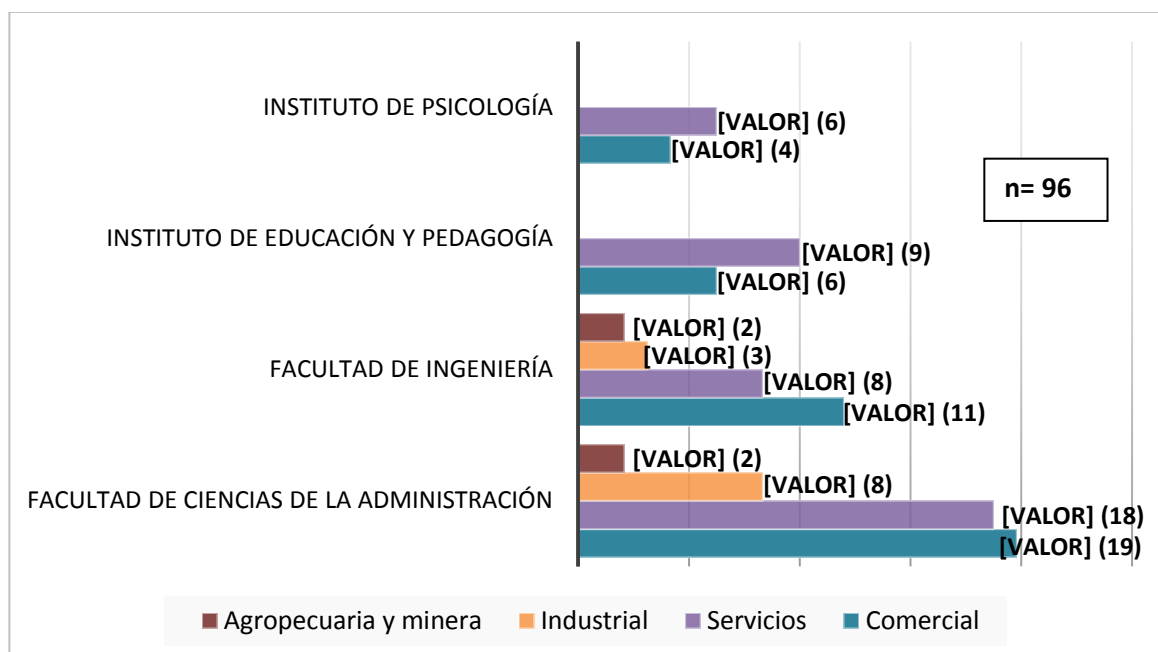
Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Al analizar los resultados obtenidos por facultades e institutos, se encontró que en la Facultad de Ciencias de la Administración las actividades económicas que mayor porcentaje tienen son la de servicios y la comercial con porcentajes del 19% y 20% respectivamente.

En la Facultad de Ingeniería el porcentaje superior pertenece a la actividad económica comercial con el 12%, mientras que la agropecuaria y minera tiene el menor porcentaje con un 2%.

En el Instituto de Psicología se encuentran seleccionadas solamente las respuestas de la actividad económica de servicios con un 6% y la comercial con un 4%. En el Instituto de Educación y Pedagogía la actividad de servicios tiene un 10% y la comercial un 6%. (Ver gráfico 17)

Gráfico 17: Actividades económicas de las ideas de negocio por facultades e institutos.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

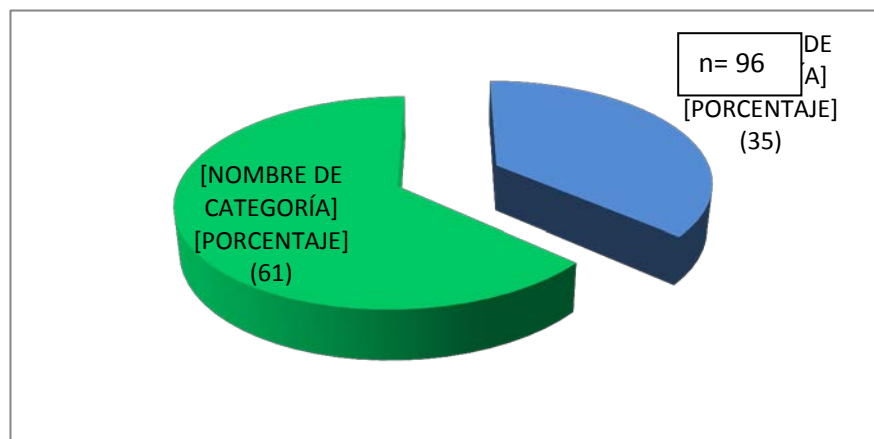
7.3.2 Importancia del componente innovador en las ideas de negocio

Actualmente se debe tener en cuenta, que si existe el deseo de crear un negocio, debido a la globalización y aumento de la tecnología, la competencia aumenta constantemente, por lo tanto sin un componente innovador en la idea, las probabilidades de triunfar al salir al mercado disminuyen significativamente, porque no se ofrecerá nada diferente a lo que ya otras empresas están ofreciendo, además de que la competencia ya tiene un posicionamiento y reconocimiento en el mercado objetivo. Y de hecho, este es un factor fundamental que no se debe aplicar simplemente en el momento de crear una empresa, por el contrario debe tenerse presente en todo momento, mientras la empresa esté en el mercado, ya que lo único constante es el cambio, y lo que en un momento puede ser una necesidad, al otro día ya es algo totalmente abastecido por otra empresa.

Por esta razón la innovación es una de las mejores maneras de superar la competencia, y puede decirse que un factor determinante en el éxito o fracaso del lanzamiento de una empresa o negocio al mercado.

Enfatizando en la importancia del factor mencionado, se indagó si las noventa y seis (96) personas que respondieron positivamente acerca de tener en este momento una idea de negocio, también tienen un componente innovador en esa idea, y se obtuvo que el 64% respondió que no, mientras que un 36% sí poseen este factor diferenciador. (Ver gráfico 18)

Gráfico 18: Ideas de negocio con componente innovador.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Analizando los resultados por facultades e institutos, se encontró que de las veintiseis (26) personas con idea de negocio, la Facultad de Ciencias de la Administración presentó el mayor porcentaje de estudiantes que sí tienen un componente innovador en sus ideas con un 16%, lo cual puede deberse a que en esta facultad se encuentran las carreras más enfocadas al ámbito empresarial.

El Instituto de Educación y Pedagogía tiene el segundo lugar con un 10%. La Facultad de Ingeniería con un 9% tiene el tercer lugar y por último, el Instituto de Psicología con el menor porcentaje de personas que tienen ese factor corresponde al 1%. (Ver tabla 7)

Tabla 7: Facultades e Instituciones con componente innovador.

n= 96				
FACULTADES E INSTITUTOS	SI	%	NO	%
Facultad de Ciencias de la Administración	15	16%	32	33%
Facultad de Ingeniería	9	9%	15	16%
Instituto de Psicología	1	1%	9	9%
Instituto de Educación y Pedagogía	10	10%	5	5%
TOTAL	35	36%	61	64%

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

A las treinta y cinco (35) personas que respondieron positivamente a tener un componente innovador en su idea de negocio, se les investigó cuál era este factor. En la Facultad de Ciencias de la Administración se pudieron observar respuestas tales como: carne de soya, diseño, reciclaje, entre otros.

En la Facultad de Ingeniería consideran como factores innovadores el servicio personalizado, la energía renovable, la creación de un nuevo alimento, técnicas en desarrollo humano, tecnología de punta, entre otros. En el Instituto de Educación y Pedagogía el acondicionamiento físico, la prestación de servicios, el trabajo social, el reciclaje, un gimnasio-spa, entre otros. Y por último se encuentra el Instituto de Psicología teniendo como componente innovador las promociones especiales. Es importante destacar que cinco (5) de los treinta y cinco (35) estudiantes, no respondieron sobre cuál es su factor innovador. (Ver tabla 8)

Tabla 8: Componente innovador de las ideas de negocio por programas académicos.

Carrera	Idea de Negocio	Cant	%
Administración de Empresas	Carne de soya	1	3%
	Diseño	1	3%
	Innovación	1	3%
	Productos no químicos	1	3%
	Reciclaje	1	3%
	Servicio y promoción	1	3%
	Tecnológico	1	3%
	Variación de sabores	1	3%
Contaduría	Crecimiento comercial	1	3%
	Factor diferenciador	1	3%
	Modelos exclusivos	1	3%
Ingeniería Industrial	Energía renovable	1	3%
	Enfoque a salud	1	3%
	Materiales innovadores	1	3%
	Servicio Personalizado	1	3%
Licenciatura en Educación Física	Acondicionamiento físico	3	10%
	Centro de capacitación de salud	1	3%
	Fundación de educación física	1	3%
	Gimnasio-Spa	1	3%
	Prestación de servicios	1	3%
	Prestación de servicios	1	3%
	Reciclaje	1	3%
	Trabajo social	1	3%
Psicología	Promociones especiales	1	3%
Tecnología Electronica	Tecnología de punta	1	3%
Tecnología en Alimentos	Calidad en el negocio de carnes	1	3%
	Creación de nuevo alimento	1	3%
Tecnología en Sistemas	Técnicas de desarrollo humano	1	3%
Total general		30	100%

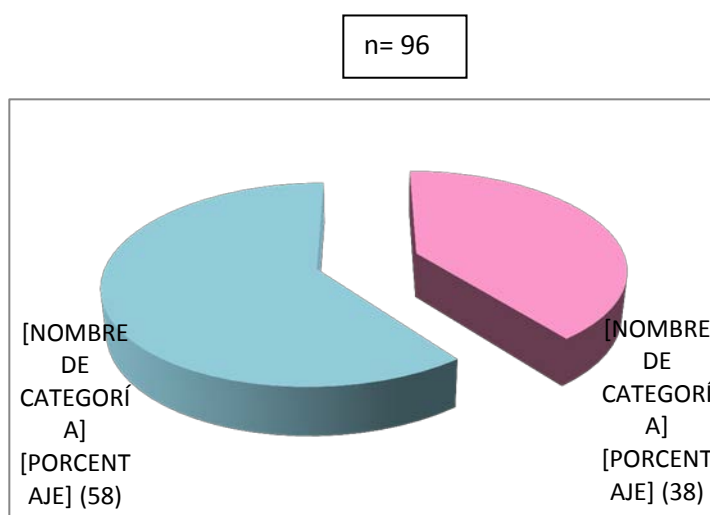
Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

7.3.3 Estructuración del plan de negocio

Después de tener clara la idea del negocio y el componente o factor diferenciador, se debe plasmar todo en un documento sólido escrito, que permita detectar la favorabilidad de la empresa que se desea crear, o sea el plan de negocio, en el cual se deben abarcar temas como: el organigrama y filosofía de la organización, la manera en la cual se financiará el proyecto, los recursos necesarios, el mercado objetivo, los insumos requeridos del producto o servicio, para lograr identificar la viabilidad del negocio.

Así que, observando la importancia que tiene el plan de negocio en la creación de una empresa, se investigó en los noventa y seis (96) estudiantes encuestados que respondieron que tienen una idea emprendedora, si en este momento ya tienen estructurado su plan de negocio, y los resultados obtenidos señalaron que el 60% de estos emprendedores actualmente no lo tienen estructurado, mientras que el 40% respondieron que ya lo poseen. (Ver gráfico 19)

Gráfico 19: Ideas con plan de negocio estructurado.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

En la tabla 9 se observan los resultados de los noventa y seis (96) estudiantes con plan de negocio estructurado por programas académicos, en donde se muestra que las carreras con mayor porcentaje de tener su plan de negocio estructurado son Administración de Empresas y Contaduría Pública, correspondientes a la Facultad de Ciencias de la Administración con un 10% cada una, mientras que Licenciatura en Educación Física tiene un 9% en su estructuración. Por su parte la Facultad de Ingeniería y el Instituto de Psicología presentan los más bajos. (Ver tabla 9)

Tabla 9: Ideas con plan de negocio estructurado por programas académicos.

n= 96

CARRERAS	SI	%	NO	%
Administración de Empresas	10	10%	15	16%
Contaduría Pública	10	10%	12	13%
Licenciatura en Ed. Física	9	9%	6	6%
Ingeniería Industrial	3	3%	9	9%
Psicología	2	2%	8	8%
Tecnología en Alimentos	2	2%	4	4%
Tecnología Agroambiental	1	1%	1	1%
Tecnología Electrónica	1	1%	2	2%
Tecnología en Sistemas	0	0%	1	1%
TOTAL	38	40%	58	60%

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

7.3.4 Disposición de asociación para crear una empresa

Cuando se toma la decisión de emprender una idea de negocio, surgen miles de alternativas a tomar, con el fin de aumentar las posibilidades de éxito del proyecto. Una de esas iniciativas, es la asociación con otra persona o personas para poder llevar a cabo la idea de negocio, teniendo en cuenta que con otra

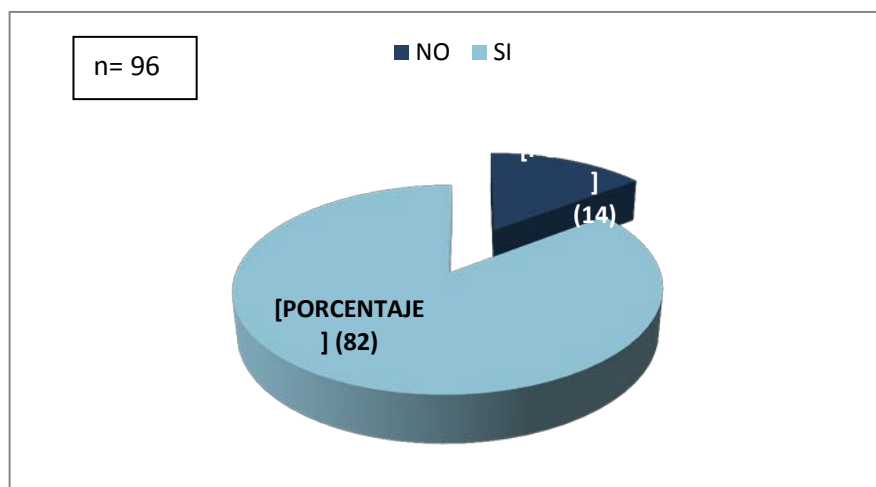
persona ofreciendo sus conocimientos, recursos y habilidades, lograremos ser más productivos, eficaces y eficientes con la creación de nuestra empresa.

En la actualidad muchas empresas compiten por obtener la mayor demanda posible de sus productos, lo cual conlleva a la competencia con empresas que producen los mismos bienes y servicios. Una ayuda para esta problemática es la alternativa mencionada anteriormente de asociarse con alguien, la cual a pesar de los aparentes desafíos y conflictos que puedan llegar a formar, presenta múltiples beneficios, tales como: riesgos y gastos del negocio compartidos, deberes y actividades distribuidas para disminuir la carga de trabajo que tendría una sola persona con el proyecto, diferentes perspectivas y puntos de vista, motivación y apoyo mutuo, destrezas y habilidades complementarias. Por estas razones es bueno pensar en establecer una sociedad, todo con el único fin de posicionar la empresa en el mercado de la mejor manera, aumentando las probabilidades de éxito.

Esas asociaciones presentan no solo beneficios si no también riesgos a correr, ya que muchas veces los resultados no son los esperados y empiezan a surgir los problemas, por ello las personas sienten ese temor y optan por esperar un largo tiempo y dejar su idea sin llevar a cabo antes de asociarse con alguien.

Teniendo en cuenta el tema de la asociación, esta investigación indagó en los noventa y seis (96) estudiantes que respondieron tener una idea de negocio, para saber si están dispuestos a asociarse, y los resultados obtenidos muestran que un 85% se encuentran en disposición, mientras que el 15% responde negativamente a este aspecto. (Ver gráfico 20)

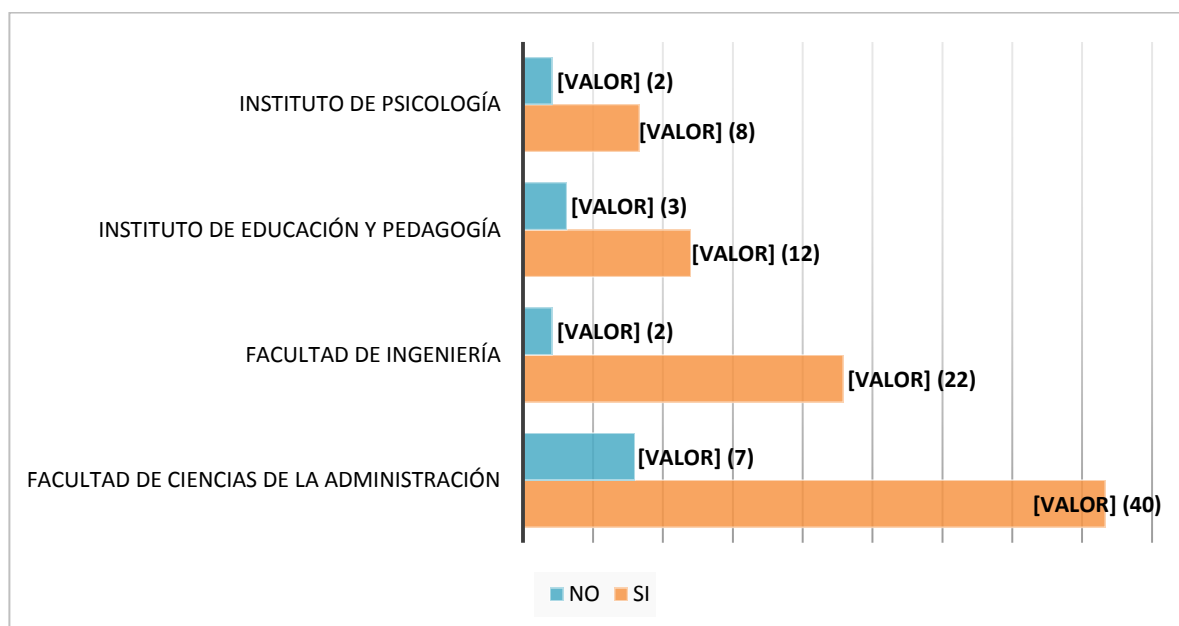
Gráfico 20: Percepción de los estudiantes en cuanto a la asociación con otras personas, para llevar a cabo sus ideas de negocio.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Los resultados también señalan en cuanto a las facultades e institutos, que la Facultad de Ciencias de la Administración muestra el mayor porcentaje de personas dispuestas a asociarse con un 42%. La Facultad de Ingeniería muestra un 23%. El Instituto de Educación y Pedagogía un 12%. Por último el Instituto de Psicología un 8%. (Ver gráfico 21)

Gráfico 21: Percepción de los estudiantes en cuanto a la asociación con otras personas, para llevar a cabo sus ideas de negocio por carreras.



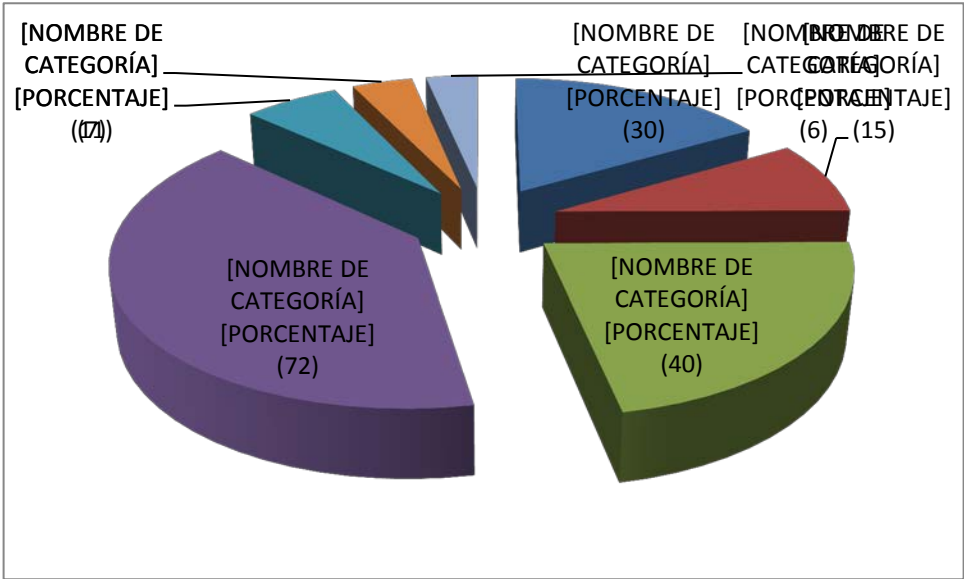
Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Cuando se ha analizado todo lo relacionado con la idea de negocio de estos estudiantes, surge la inquietud de saber por qué estas personas no la han llevado a cabo, ya que existen unos factores u obstáculos a los cuales se pueden enfrentar, y que conllevan a que las personas se detengan y no emprendan lo que quieren. Entre estos se resaltan: la falta de apoyo, de experiencia, de dinero, de conocimiento, de interés y el temor al fracaso.

Por esos obstáculos que no dejan emprender e impiden el progreso de la ciudad, es que se indagó a la población encuestada, y se analizó cuáles son los más representativos.

Se debe resaltar que los noventa y seis (96) estudiantes con idea de negocio, tenían en la encuesta que se les realizó, las opciones a marcar, y si lo deseaban podían resaltar más de una opción. Los resultados arrojados están basados en 181 respuestas marcadas por las noventa y seis (96) personas. Estos resultados muestran que los tres (3) principales motivos son: la falta de dinero, representado con el 40%, seguido por la falta de experiencia con un 22% y por ultimo con el 17% la falta de conocimiento. (Ver gráfico 22)

Gráfico 22: Motivos para no llevar a cabo la idea de negocio.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Tabla 10: Motivos para no llevar a cabo la idea de negocio por facultades e institutos.

RAZONES	F. de Ciencias de la Administración		F. de Ingeniería		I. de Psicología		I. Edu. Y Pedagogía		TOTAL
Falta de interés	5	3%	1	1%	1	1%			7
Falta de apoyo	5	3%	2	1%			4	2%	11
Falta de dinero	37	20%	16	9%	7	4%	12	7%	72
Falta de experiencia	16	9%	15	8%	4	2%	5	3%	40
Temor al riesgo	9	5%	2	1%	3	2%	1	1%	15
Falta de conocimiento	9	5%	11	6%	5	3%	5	3%	30
Terminar Estudio			2	1%					2
Falta de tiempo					1	1%	1	1%	2
Inseguridad en la ciudad	1	1%							1
Estructurando	1	1%							1
TOTAL	83	46%	49	27%	21	12%	28	15%	181

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Analizando los resultados por facultades e institutos, la razón que presenta el mayor porcentaje para no haber llevado a cabo sus ideas es la falta de dinero, demostrando esto que realmente los estudiantes conocen muy poco acerca de las instituciones que apoyan financieramente la creación de empresas innovadoras o sustentables en el tiempo.

En la tabla 10 se pueden encontrar todas las respuestas dadas por los noventa y seis estudiantes (96), incluyendo terminar el estudio, falta de tiempo, inseguridad en la ciudad e idea en proceso de estructuración. Estas son las opciones señaladas en otro tipo de proyección.

En la Facultad de Ciencias de la Administración, la falta de dinero presenta un 20%, la falta de experiencia un 9%, el temor al riesgo y la falta de conocimiento un 5%.

En la Facultad de Ingeniería la falta de dinero tiene un 9%, la falta de experiencia un 8%, la falta de conocimiento un 6%.

En el Instituto de Psicología la falta de dinero tiene un 4%, la falta de conocimiento un 3%, la falta de experiencia un 2% y entre las razones con más bajo porcentaje están la falta de interés y falta de tiempo con el 1%.

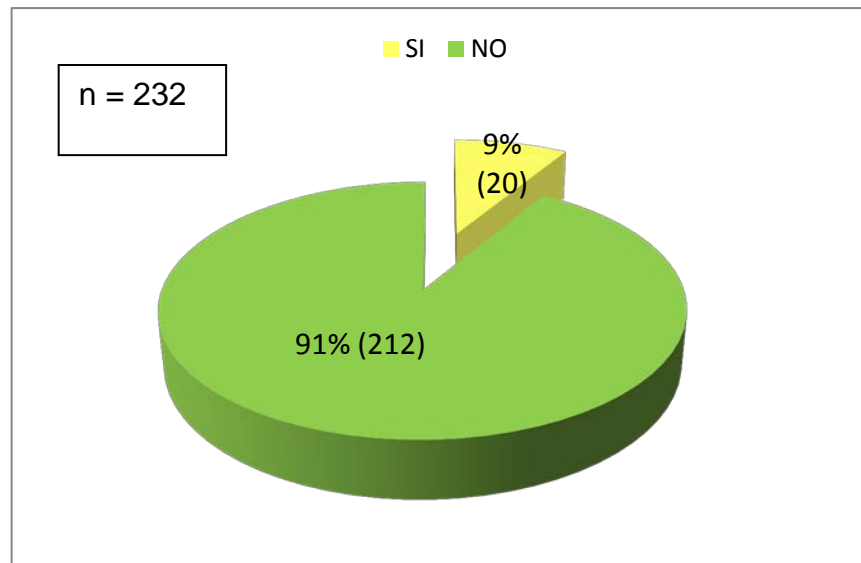
En el Instituto de Educación y Pedagogía la falta de dinero tiene un 7%, la falta de experiencia y la falta de conocimiento un 3%, y los porcentajes más bajos pertenecen al temor al riesgo y falta de tiempo con un 1%. (Ver tabla 10)

7.4. El estudiante empresario

Aquellos estudiantes que logran dejar a un lado sus temores pueden llegar a tomar la decisión de lanzar su propia empresa al mercado, soñando con crear un futuro mejor. Estos estudiantes son los que entienden la importancia de crear sus propias reglas sin subordinarse económicamente a alguien, y deciden arriesgarse y aventurarse para lograr el éxito, a pesar de todas las adversidades que enfrentan los estudiantes que son inexpertos en los negocios. Esos estudiantes que consiguen materializar o llevar a la realidad sus sueños, ideas y anhelos, se pueden llamar emprendedores.

Al analizar la importancia que tiene conocer más a fondo acerca de los estudiantes con empresa de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, la presente investigación indagó cuáles de los doscientos treinta y dos (232) en este momento son propietarios de un negocio, y a las personas que respondían afirmativamente en este aspecto se les preguntó sobre más factores relacionados. Los resultados obtenidos señalan que el 91% de los encuestados, actualmente no son propietarios de alguna empresa, mientras que el 9% restante dicen tener su propio negocio. (Ver gráfico 23)

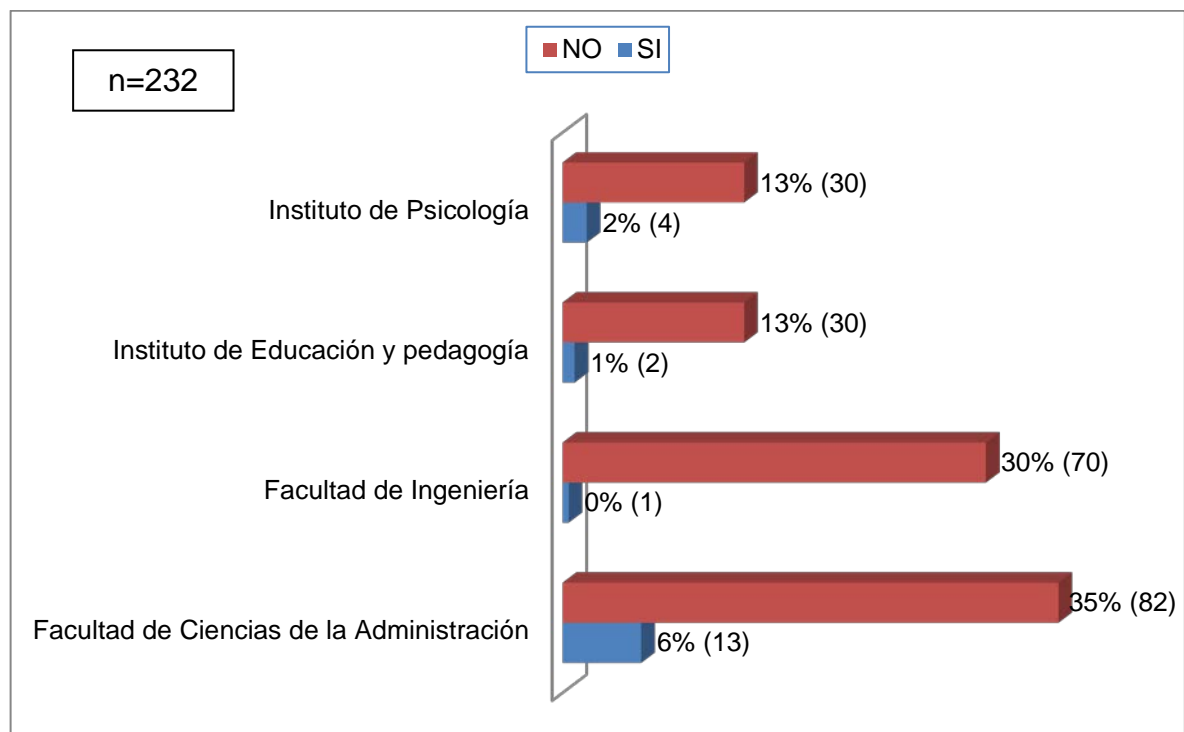
Gráfico 23: Estudiantes propietarios de un negocio.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

De acuerdo a los resultados arrojados de los doscientos treinta y dos (232) estudiantes, analizando la información por facultades e institutos, las personas que respondieron que son propietarios de un negocio de la Facultad de Ciencias de la Administración representan el 6%, seguido por el Instituto de Psicología con un 2%. En tercer lugar está el Instituto de Educación y Pedagogía con un 1%. La Facultad de Ingeniería tiene el más bajo porcentaje con el 0% representado por 1 estudiante. (Ver gráfico 24)

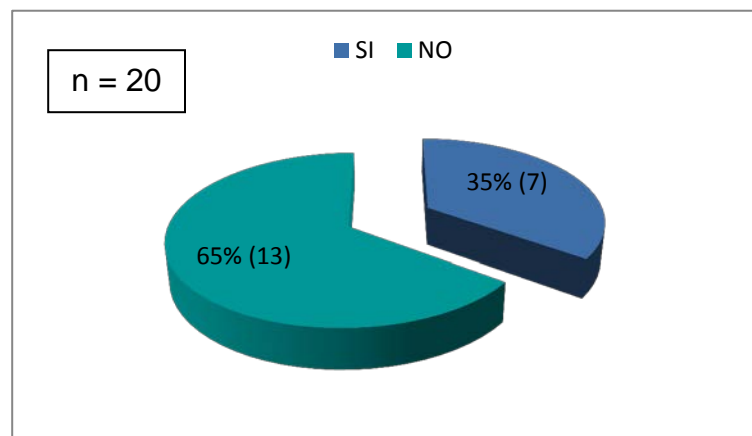
Gráfico 24: Estudiantes propietarios de un negocio por facultades e institutos.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Esta investigación decide dar relevancia al registro ante la Cámara de Comercio, teniendo en cuenta la importancia que tiene el Registro Mercantil para evitar multas impuestas por la Superintendencia de Industria y Comercio, además permite que sea una fuente de información comercial del inscrito, para conocer su actividad económica y obtener referencias, así como también evita que registren y existan otros establecimientos de comercio con el mismo nombre. Por esta razón se les preguntó a los veinte (20) estudiantes propietarios de una empresa, si su negocio se encontraba registrado ante la Cámara de Comercio, y los resultados obtenidos señalan que más de la mitad no tienen este registro con un porcentaje del 65%, mientras que el 35% afirma lo contrario. (Ver gráfico 25)

Gráfico 25: Estudiantes con registro de su negocio, ante la Cámara de Comercio.

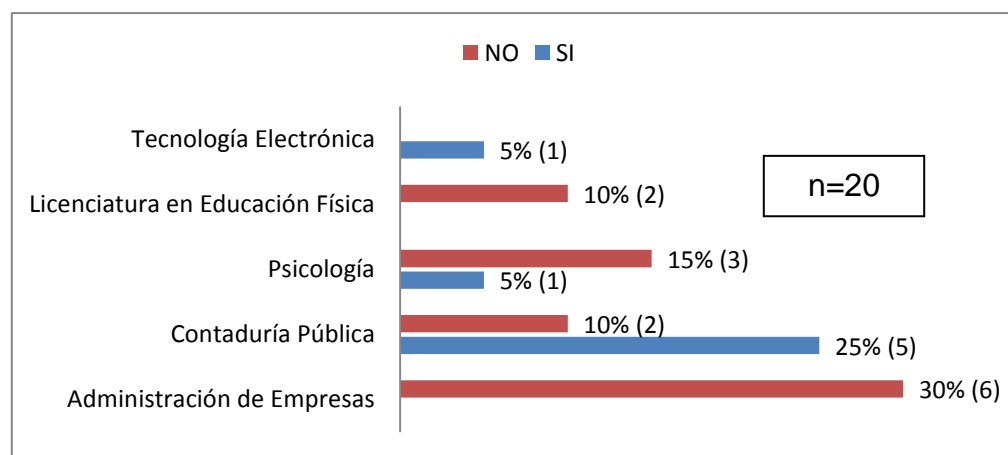


Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

En el gráfico 26 se pueden observar cuáles estudiantes tienen el registro mercantil de los veinte (20) que respondieron ser propietarios de una empresa, por facultades e institutos. En la Facultad de Ciencias de la Administración existe diferencia en las respuestas que se obtuvieron, ya que Administración de Empresas presenta el mayor porcentaje del total de encuestados con el 30%, además se debe señalar que no tiene personas que afirmen lo contrario. Contaduría Pública tiene el mayor porcentaje de personas que afirman no tener su negocio propio registrado, con un 25% del total.

El Instituto de Psicología y la Tecnología en Electrónica (siendo este el único programa académico de la Facultad de Ingeniería que respondió ser propietario de un negocio) muestran el 5% de los estudiantes que afirmaron este aspecto. (Ver gráfico 26)

Gráfico 26: Estudiantes con registro de su negocio, ante la Cámara de Comercio, por carreras.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

En cuanto a la tendencia de las actividades económicas de los veinte (20) negocios o empresas de estos estudiantes, se puede observar que, en la Facultad de Ciencias de la Administración la actividad económica comercial corresponde al mayor porcentaje con un 30% del total de respuestas, seguido por la de servicios con un 20%. La Facultad de Ingeniería presenta el 5% indicando que la actividad económica a la cual pertenecen sus negocios es a la de servicios, rescatando en este punto que el único programa académico que está en este momento representando esta facultad es la Tecnología en Electrónica.

El Instituto de Psicología presenta el 20% de sus respuestas en la actividad económica comercial. El Instituto de Educación y Pedagogía por su parte tiene un 5% de respuestas en la actividad económica de servicios, y el otro 5% en la comercial. Es importante recalcar que la actividad económica industrial y la agropecuaria y minera son las menos representativas en los estudiantes de esta Universidad de acuerdo a los resultados. (Ver tabla 11)

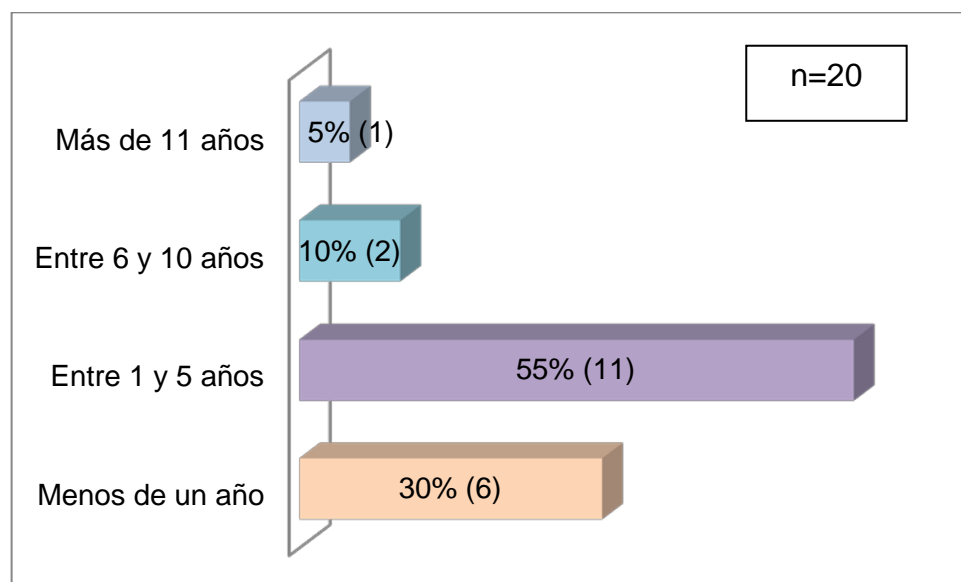
Tabla 11: Actividad económica de las empresas de los estudiantes.

ACTIVIDAD ECONÓMICA	F. de Ciencias de la Administración		F. de Ingeniería		I. de Psicología		I. Edu. Y Pedagogía		TOTAL
Servicios	4	20%	1	5%			1	5%	30%
Industrial	1	5%							5%
Comercial	6	30%			4	20%	1	5%	55%
Agropecuaria y Minera	2	10%							10%
TOTAL	13	65%	1	5%	4	20%	2	10%	100%

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Esta investigación indagó en los veinte (20) estudiantes el tiempo de inicio de su empresa, y los resultados obtenidos señalan que el 55% oscila entre 1 y 5 años de creación, seguido por el 30% que asegura tener menos de un año, mientras que el 10% dice que entre 6 y 10 años, y el 5% restante tiene más de 11 años de su empresa en el mercado. (Ver gráfico 27)

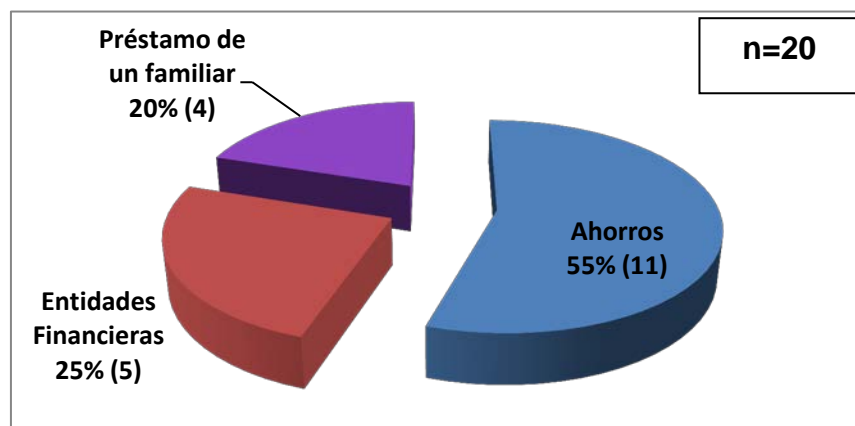
Gráfico 27: Tiempo de inicio de la empresa de los estudiantes.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Después de indagar sobre el tiempo de inicio de la empresa, se investigó sobre la manera en la cual los veinte (20) estudiantes financiaron la creación de su negocio. Los resultados señalaron que el 55% de los encuestados lo hicieron por medio de ahorros, en segundo lugar se encuentran las entidades financieras con un 25%, y el 20% restante dice que por medio del préstamo de un familiar. (Ver gráfico 28)

Gráfico 28: Tipo de financiación para la creación de la empresa.

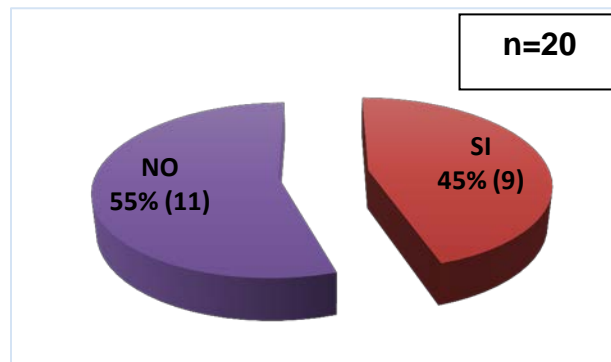


Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Es importante señalar que cuando se habla de emprendimiento, no se debe relacionar solamente con el momento en que se crea un negocio, ya que este puede llegar a ser un factor diferenciador y determinante aun después de lanzarse la empresa al mercado, teniendo en cuenta que el mundo cambia constantemente y las personas se vuelven mucho más exigentes para satisfacer sus necesidades, así que emprender proyectos que permitan mantener a la empresa a la vanguardia de estos cambios, ocasionados por la globalización y la tecnología, puede permitir el crecimiento económico del negocio.

Por este motivo se investigó a los veinte (20) estudiantes que son propietarios de un negocio, para conocer si tienen proyectos de emprendimiento, y los resultados arrojados muestran que el 55% dice no tener este tipo de proyectos, y el 45% restante opina lo contrario. (Ver gráfico 29)

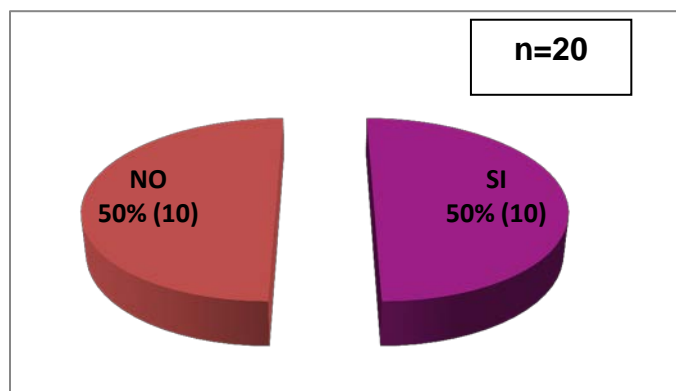
Gráfico 29: Empresas con proyectos de emprendimiento.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Además se indagó en los veinte (20) estudiantes si piensan poner en marcha proyectos de emprendimiento, y se encontró que el 50% piensa llevarlos a cabo, y el 50% restante considera que no. (Ver gráfico 30).

Gráfico 30: Estudiantes que llevarán a cabo los proyectos de emprendimiento.



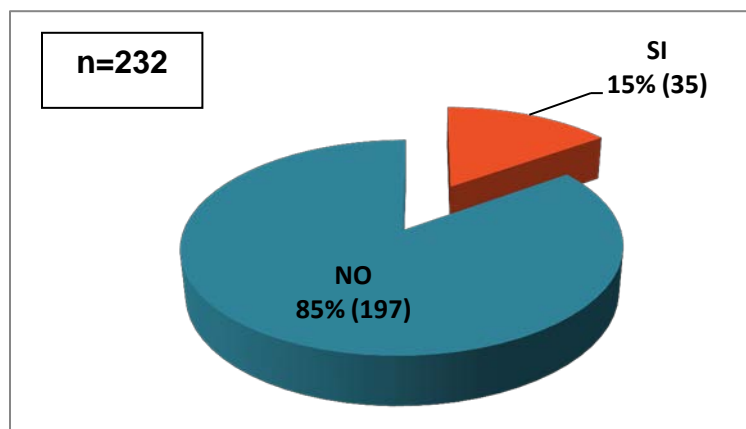
Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

7.5. Antecedentes del estudiante como empresario

En la investigación presente, se averiguó no sólo si los estudiantes tienen una idea de negocio o son propietarios actualmente de uno, sino también si alguna vez en el pasado tuvieron su empresa, y por qué motivo la cerraron.

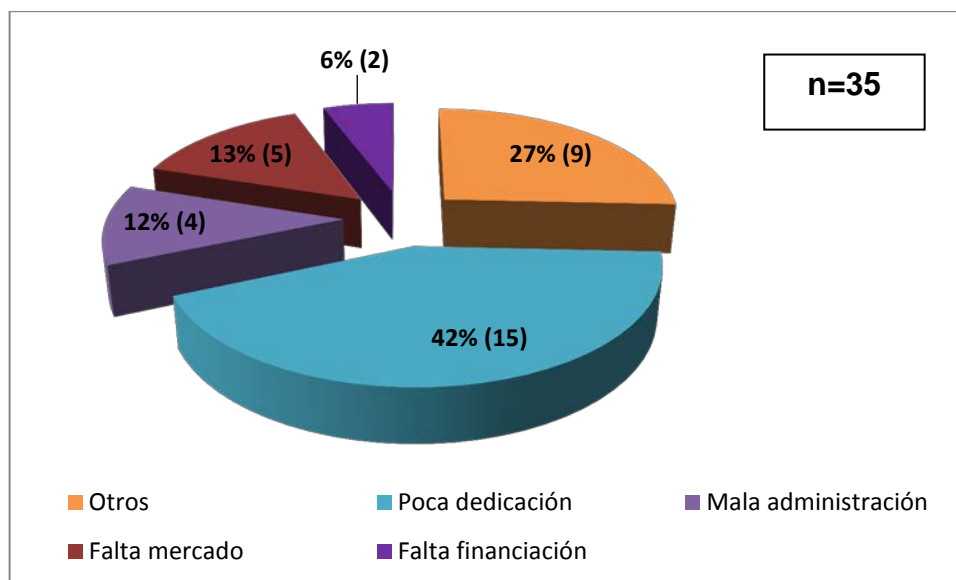
La pregunta fue realizada a los doscientos treinta y dos (232) estudiantes, y los resultados arrojados señalan que el 15% alguna vez tuvieron su negocio propio, lo cual puede considerarse un dato interesante, ya que al conocer las razones por las cuales clausuraron su empresa, se afianza la importancia que tiene la capacitación y orientación de un estudiante universitario al momento de crear su negocio, y en qué factores de estos se puede aumentar el asesoramiento. (Ver gráfico 31)

Gráfico 31: Estudiantes que fueron propietarios de un negocio en el pasado.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Gráfico 32. Motivos para cerrar el negocio.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

En el gráfico 32 se encuentran las razones presentadas por los treinta y cinco (35) estudiantes que respondieron haber tenido alguna vez un negocio pero tuvieron que cerrarlo. En la encuesta realizada ellos tenían la oportunidad de marcar una de las siguientes opciones: falta de mercado, poca dedicación, falta de financiación, mala administración y otro tipo de razón.

La poca dedicación al negocio, es la razón que obtuvo el mayor porcentaje con un 42%, seguida de otro tipo de razones con el 27%. La falta de financiación fue la razón con menor porcentaje con el 6% de los treinta y cinco estudiantes (35). (Ver gráfico 32)

Tabla 12: Motivos para cerrar el negocio por facultades e institutos.

n=35

RAZONES	F. de Ciencias de la Administración		F. de Ingeniería		I. de Psicología		I. Edu. Y Pedagogía		TOTAL
Poca dedicación	10	27%	2	6%			3	9%	42%
Falta de mercado	1	3%	2	4%	1	3%	1	3%	13%
Mala administración	2	6%			2	6%			12%
Falta de financiación	1	3%	1	3%					6%
Falta de tiempo			1	3%	2	6%	2	6%	15%
Cambio de actividad			1	3%					3%
Mala asociación	1	3%							3%
Inseguridad en la ciudad	1	3%							3%
Nuevas oportunidades	1	3%							3%
TOTAL	17	48%	7	19%	5	15%	6	18%	100%

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

En la tabla 12 están los motivos para cerrar el negocio de los treinta y cinco (35) estudiantes, por facultades e institutos, incluyendo falta de tiempo, cambio de actividad, mala asociación, inseguridad en la ciudad y nuevas oportunidades, opciones que fueron señaladas por nueve (9) estudiantes que marcaron en la encuesta otro tipo de razón.

En la Facultad de Ciencias de la Administración el mayor porcentaje corresponde a la poca dedicación a su empresa con un 27%. En la Facultad de Ingeniería se halló que la poca dedicación tiene el mayor porcentaje con un 6%. La falta de financiación, falta de tiempo y cambio de actividad tienen cada uno el 3%.

En el Instituto de Psicología la mala administración y la falta de financiación, tienen cada una el 6%. La falta de mercado tiene un 3%. En el Instituto de Educación y Pedagogía la poca dedicación tiene el 9%, la falta de tiempo tiene el 6% y la falta de mercado el 3%. (Ver tabla 12)

7.6. Percepción hacia el emprendimiento del estudiante universitario

En este punto, conocer la percepción que tienen los estudiantes de esta sede universitaria sobre el emprendimiento, es muy importante, teniendo en cuenta que la investigación va orientada a conocer todos los aspectos posibles que estén relacionados con ellos.

Uno de los factores a tener en cuenta, es que en la actualidad existe un gran número de programas de orden nacional que apoyan el emprendimiento, pero que desafortunadamente la mayoría de estudiantes no conocen, y este punto se convierte en un motivo para no llevar a cabo sus ideas empresariales, ya que consideran que no tienen el financiamiento necesario.

Entre los programas de orden nacional de apoyo al emprendimiento se encuentran³⁴:

- **FONDO EMPRENDER – SENA:** Es un fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de aprendices, practicantes universitarios (que se encuentren en el último año de su carrera profesional) o profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional. El objetivo es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas.
- **FOMIPYME:** El fondo tiene por objeto cofinanciar, mediante recursos no reembolsables, programas, proyectos y actividades para el fortalecimiento empresarial y tecnológico de las Mipymes. También ser soporte de la

³⁴ Colombia. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Guía de emprendedores Colombia. Pág 8.

política de desarrollo empresarial, productivo, comercial, tecnológico y de innovación que adelanta el Ministerio de Comercio, Industrial y Turismo.

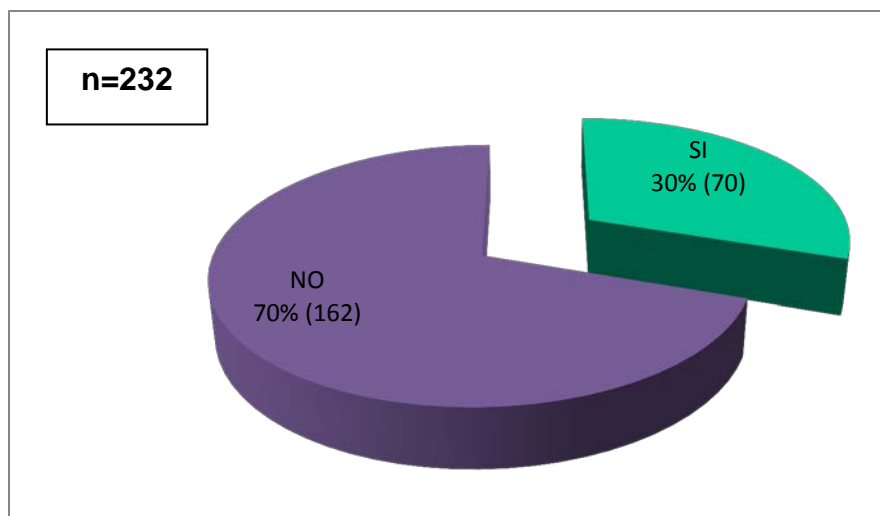
- **Banco de comercio exterior de Colombia, Bancoldex:** El Banco es una sociedad anónima de economía mixta, vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y turismo; el Gobierno Nacional su mayor accionista. Opera en Colombia como un banco de redescuento, ofreciendo productos y servicios financieros tanto a las empresas relacionadas con el comercio exterior colombiano como a aquellas dedicadas al mercado nacional. En el exterior ofrece, a través de bancos previamente calificados, financiación para el importador de bienes y servicios colombianos.
- **FONDO NACIONAL DE GARANTÍAS:** Es la entidad a través de la cual el Gobierno Nacional busca facilitar el acceso al crédito para las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante el otorgamiento de garantías. Adicionalmente, el FNG respalda préstamos destinados a financiar la adquisición de viviendas de interés social y el pago de matrículas en instituciones de educación superior. EL FNG no garantiza créditos destinados al sector agropecuario, por cuanto para estos existe el respaldo del Fondo Agropecuario de Garantías, administrado por Finagro.
- **FINAGRO:** El Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario, Finagro tiene como misión el financiamiento de las actividades agropecuarias mediante la canalización y administración de recursos suficientes y oportunos en concordancia con las políticas del Gobierno Nacional.
- **CORPORACIÓN EMPRENDEDORES COLOMBIA, CEC:** Es una corporación sin ánimo de lucro que tiene como fin apoyar y fortalecer jóvenes emprendedores y empresarios de diversos sectores económicos, con el propósito de promover la empresarialidad, la gestación y ejecución de proyectos destinados a la sostenibilidad y competitividad de las empresas afiliadas, con miras al fortalecimiento a escala nacional y a su internacionalización, operando bajo una política de compromiso social,

responsabilidad ambiental y ética profesional a partir de la formulación de sus proyectos. Es una plataforma a través de la cual el beneficiario puede acceder más fácilmente a diversos escenarios, ya sean comerciales, institucionales, recursos, entre otros.

- **COLCIENCIAS:** Tiene por objetivo crear condiciones favorables para la generación de conocimiento científico y tecnológico a nivel nacional. Busca estimular la capacidad innovadora del sector productivo, contar con las capacidades necesarias para usar, generar, apropiar y adquirir conocimiento, busca fortalecer los servicios de apoyo a la investigación científica, al desarrollo tecnológico y a la innovación, como también a facilitar la apropiación pública del conocimiento, consolidar el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología y de Innovación y, en general, a incentivar la creatividad para el mejoramiento de la calidad de vida de los colombianos.

Teniendo en cuenta esta información, se investigó si los doscientos treinta y dos (232) estudiantes tienen conocimiento de las instituciones que apoyan el emprendimiento, y los resultados obtenidos mostraron que más de la mitad no tienen conocimiento alguno con un 70%, mientras que el 30% restante opinan lo contrario, lo cual demuestra el claro desconocimiento y falta de información que tienen estos estudiantes para poder poner en marcha su negocio. (Ver gráfico 33)

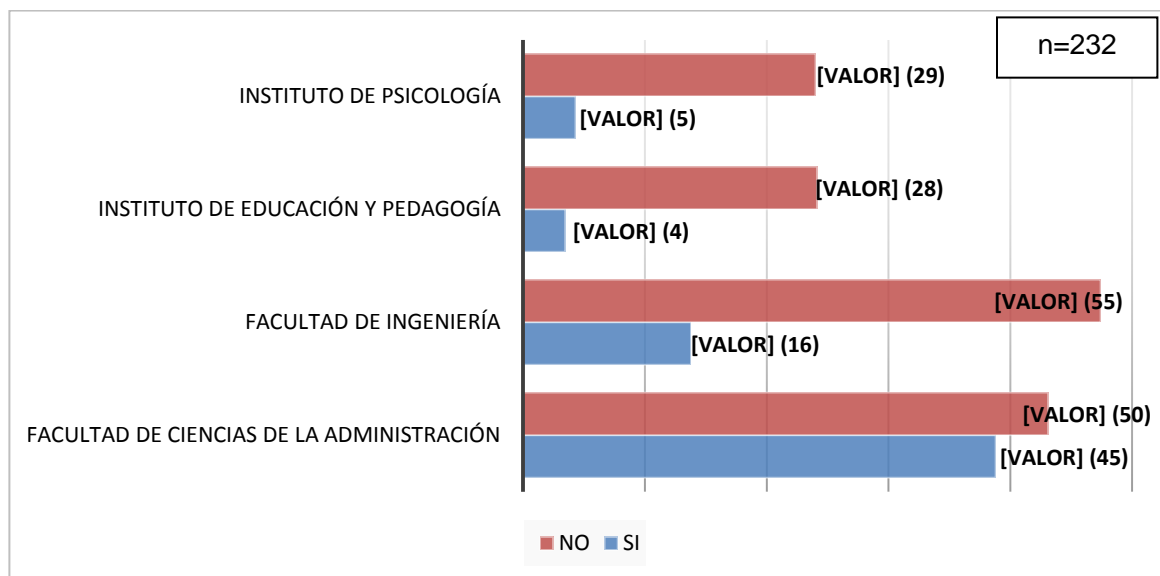
Gráfico 33: Conocimiento de los jóvenes en cuanto a instituciones que apoyen el emprendimiento.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Al analizar los anteriores resultados, por facultades e institutos de los doscientos treinta y dos estudiantes, a pesar de que en todos sobrepasa la respuesta negativa contra la positiva, la Facultad de Administración muestra el mayor porcentaje con un 20%. Mientras que los Institutos de Psicología y de Educación y Pedagogía muestran los más bajos con el 2%. (Ver gráfico 34)

Gráfico 34: Conocimiento de los jóvenes en cuanto a instituciones que apoyen el emprendimiento por facultades e institutos.

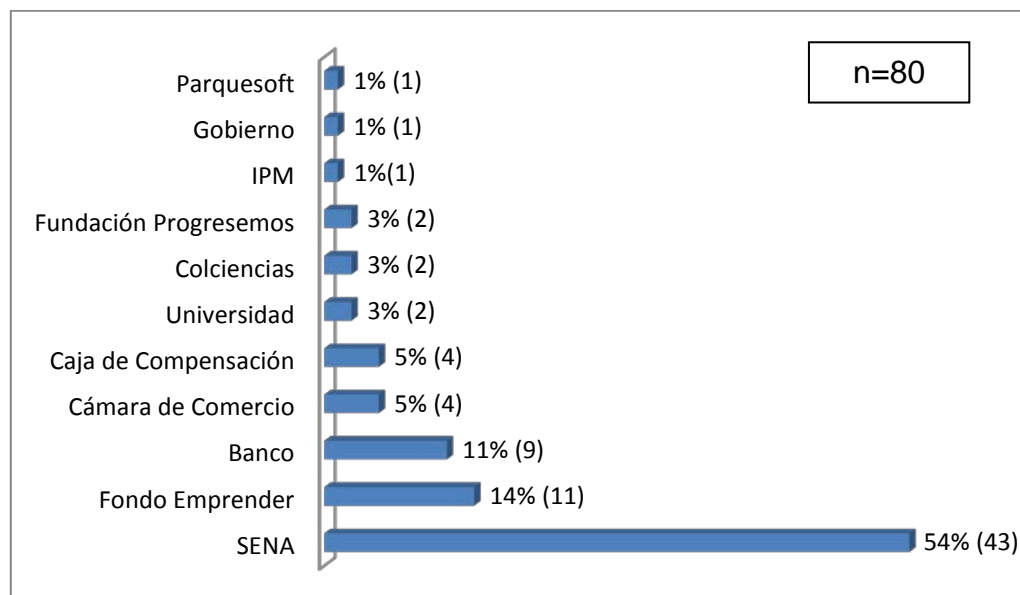


Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Al indagar en los setenta (70) estudiantes, que respondieron positivamente a conocer instituciones que apoyan el emprendimiento, resaltando que en la encuesta realizada ellos debían colocar cuáles conocían, se encontraron diversas respuestas, entre las cuales las más representativas fueron el SENA con el 54% y el FONDOEMPREDER con un 14%. El banco presenta un 11%, sin embargo no especificaron el nombre de dicha entidad. La Cámara de Comercio con un 5%, la Fundación Progresamos con un 3%, entre otras respuestas señaladas.

Se debe aclarar que los setenta (70) estudiantes, podían señalar más de una entidad o institución, y por esta razón se obtuvieron ochenta (80) diferentes respuestas. (Ver gráfico 35)

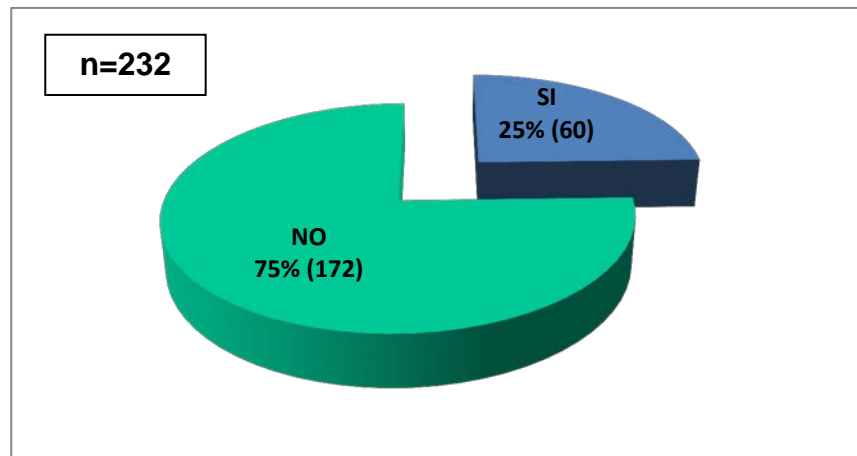
Gráfico 35: Instituciones que apoyan el emprendimiento, conocidas por los estudiantes.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

En cuanto al tema del apoyo que existe para los estudiantes y su emprendimiento, se indagó la opinión que tienen los doscientos treinta y dos (232) miembros de nuestra muestra representativa. Los resultados arrojados, demostraron que la mayoría de los estudiantes con un 75% opinaron que no hay apoyo al emprendedor, y el 25% restante lo contrario. (Ver gráfico 36)

Gráfico 36: Percepción de los estudiantes en cuanto al apoyo que existe al emprendedor.



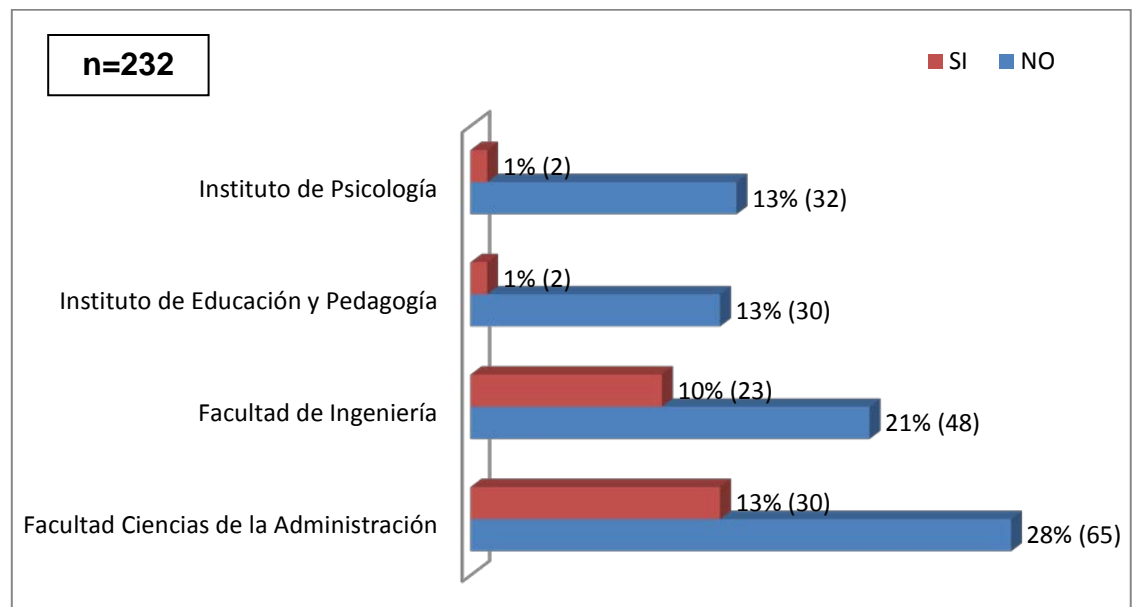
Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Cuando se estudiaron los resultados arrojados por las respuestas de los doscientos treinta y dos (232) estudiantes, clasificados por facultades e institutos, se encontró que con un 13%, los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Administración sí consideran que existe un apoyo al emprendedor siendo este el porcentaje más alto.

La Facultad de Ingeniería muestra un 10% de estudiantes que afirman este aspecto.

Los Institutos de Psicología y de Educación y Pedagogía muestran el 1% en los estudiantes que consideran que hay apoyo, y el 13% en los que consideran lo contrario. (Ver gráfico 37)

Gráfico 37: Percepción de los estudiantes en cuanto al apoyo que existe al emprendedor por facultades e institutos.



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Esta investigación indagó un poco más a fondo, las razones por las cuales los doscientos treinta y dos (232) estudiantes consideran que existe o no este apoyo. Al agrupar los motivos de los estudiantes que consideran que no hay apoyo, se encuentra sin apoyo a nivel general con un 30%, falta de información con un 12%, sin apoyo del gobierno con un 9%, entre otro tipo de razones como falta de capacitación, de financiación, de motivación o de confianza en el emprendedor.

Otros estudiantes que aseguran que hay apoyo, consideran que existen instituciones que apoyan con un 14%, que hay créditos bancarios que facilitan la creación de sus negocios con un 6%, entre otras razones como apoyo del gobierno y la existencia de motivación. Se debe resaltar que de los doscientos treinta y dos (232) estudiantes encuestados, solo ciento veintinueve (129) respondieron el por qué consideran que hay apoyo o no al emprendedor. (Ver tabla 13)

Tabla 13: Razones sobre la existencia del apoyo al emprendedor.

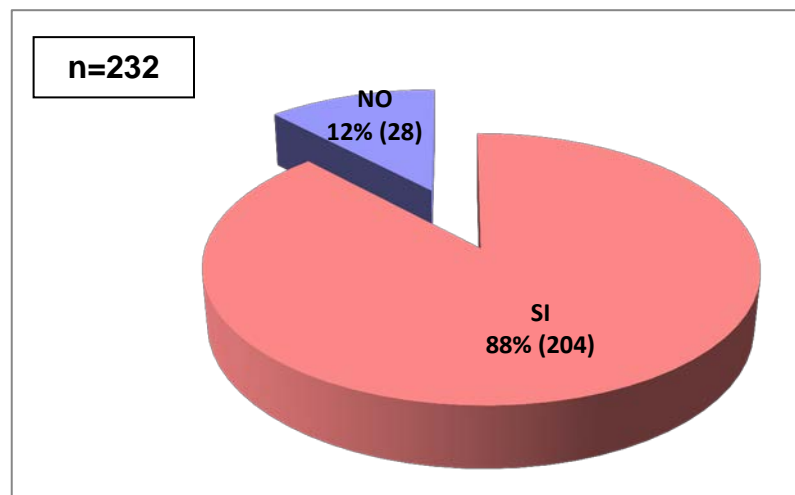
Razones	Número	%
Sin apoyo	39	30%
Instituciones que apoyan	18	14%
Falta de información	16	12%
Sin apoyo del gobierno	11	9%
Falta de financiación	10	8%
Hay créditos bancarios	8	6%
Acreditación costosa	6	4%
Falta de capacitación	6	4%
Falta de confianza en el emprendedor	3	2%
Falta de motivación	3	2%
Globalización	2	2%
Apoyo del gobierno	2	2%
Existe motivación	2	2%
Existe capacitación	1	1%
Existen alternativas	1	1%
Inseguridad en la ciudad	1	1%
TOTAL	129	100%

Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

Para finalizar, se decidió conocer sobre el interés que pueden presentar los doscientos treinta y dos (232) estudiantes encuestados, en recibir información sobre emprendimiento, además de adquirir una formación sólida sobre este tema, con el propósito de disminuir sus temores en el momento de crear su propio negocio, además esto permitirá capacitar y asesorar también a los que ya tienen su empresa en el mercado, para lograr que sea perdurable y crezca su éxito económico.

En el gráfico 38 se encuentra que el 88% de los doscientos treinta y dos (232) estudiantes investigados, respondió que sí desean adquirir mayor información y formación, lo cual demuestra la importancia que encuentran ellos en el tema objeto de estudio de esta investigación: El emprendimiento. (Ver gráfico 38)

Gráfico 38: Interés de los estudiantes de recibir mayor información y formación sobre emprendimiento



Fuente: Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad del Valle (Palmira).

CONCLUSIONES

La investigación presente se llevó a cabo en la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, generando información relacionada con el emprendimiento en los estudiantes de esta sede, la cual al ser mejorada o atendida puede obtener importantes resultados en la cultura emprendedora implantada por dicho ente educativo.

- Se logró caracterizar a los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira en cuanto a su desarrollo emprendedor.
- La Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, reconoce la importancia de fomentar y promover una cultura de emprendimiento, y es por esta razón que desde el año 2009 se creó el Centro de Emprendimiento. Sin embargo, se concluyó que el 69% (160 estudiantes) de los doscientos treinta y dos (232) encuestados desconoce este programa de apoyo. Es importante señalar que el Centro actualmente se encuentra en receso.

Al identificar el papel crucial que cumplen las universidades en el fomento de una cultura de emprendimiento en la sociedad, teniendo en cuenta que estas permiten la consolidación de las bases necesarias para la creación de empresas o ideas de negocio, mediante una capacitación adecuada y el mejoramiento de habilidades empresariales en los estudiantes, se pudo observar que el 60% (139 estudiantes) de los doscientos treinta y dos (232) estudiantes encuestados de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, consideran que el ente educativo los motiva a ser empresarios, y el 40% (93 estudiantes) restante a ser empleados, demostrando un avance importante en su proceso en vía de desarrollo hacia el emprendimiento.

- Al evaluar la visión profesional o situación actual de los estudiantes de esta Sede universitaria, se encontró que el 67% (156 estudiantes) de los doscientos treinta y dos (232) no se encuentra laborando en este momento. La Facultad de Ciencias de la Administración obtuvo el porcentaje más alto de estudiantes que trabajan con el 21% (49 estudiantes).
- Actualmente existen noventa y seis (96) estudiantes de los doscientos treinta y dos (232) encuestados con ideas de negocio que pueden resultar innovadoras e interesantes para el mercado actual, pero que necesitan direccionamiento y asesoramiento en temas tales como: la actividad económica del negocio, la importancia de tener un componente innovador, la estructuración del plan de negocio y conocer las diferentes instituciones que se pueden ver interesadas en financiar económicamente los proyectos.

Los estudiantes con ideas de negocio representan el 41% (96 estudiantes) del total de encuestados (232 estudiantes). Entre las razones más representativas para no haber llevado esas ideas de negocio se encuentra la falta de dinero con un 40% (72 estudiantes) y la falta de experiencia con un 22% (40 estudiantes).

Al identificar que los noventa y seis (96) estudiantes no han llevado a cabo su idea de negocio, por falta de dinero en su mayoría, se debe destacar que existe mucho desconocimiento en los doscientos treinta y dos (232) encuestados, en cuanto a la existencia de entidades que financian y apoyan el emprendimiento de nuevas empresas, mostrando un 70% (162 estudiantes) de la población investigada.

- Se identificó que de los doscientos treinta y dos (232) encuestados, el 9% (20 estudiantes) son propietarios de una empresa.

De los veinte (20) estudiantes con empresa propia se logró detectar que existe un 65% (13 estudiantes) que viven en la informalidad, y el 35% (7 estudiantes) restante si se encuentran registrados ante la Cámara de Comercio.

Los estudiantes empresarios financiaron sus proyectos principalmente por medio de ahorros con un 55% (11 estudiantes), entidades financiadoras con 25% (5 estudiantes) y préstamo de un familiar con un 20% (4 estudiantes).

RECOMENDACIONES

- Es muy importante que si la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira desea que su cultura de emprendimiento actual mejore, debe poner en marcha el Centro de Emprendimiento (el cual está actualmente en receso), y difundir la información necesaria de su existencia para que los estudiantes conozcan todos los beneficios que se ofrecen para aquellos que tienen una idea de negocio o una empresa en el mercado.

La información del Centro de Emprendimiento se difundirá por:

- Folletos que contentan información sobre la importancia del emprendimiento en la actualidad, además que señalen las ventajas de acudir a este Centro para recibir el asesoramiento adecuado de una exitosa estructuración de la idea de negocio, o simplemente que se sientan atraídos a acercarse para conocer más sobre los temas relacionados con emprendimiento.
 - Establecimiento de una valla en las instalaciones de la sede, que permita aumentar la visibilidad del Centro, y atraer más la atención de los estudiantes.
- La Universidad debe retomar una de las actividades pedagógicas planteadas por el señor Jose Darío Buitrago, en la cual se establece la creación de la “Gran Semana del emprendimiento”, donde los estudiantes presentarán a la comunidad sus ideas de negocio, con el fin de impulsar la creación de empresas y generación de nuevos empleos.
 - Apoyar por medio del Centro de Emprendimiento no solo a los que en la actualidad tienen una idea de negocio, sino también a los estudiantes que ya tienen su empresa funcionando. Se asesorarán en emprendimiento e

innovación, demostrándoles que este es un factor determinante para aumentar el éxito de sus empresas.

- En la “Gran Semana del Emprendimiento” además de darle la oportunidad a los estudiantes de mostrar sus proyectos, también se implementarán:
 - Foros y conferencias, en donde se involucren temas tales como: importancia del emprendimiento en la actualidad y casos reales de emprendimientos exitosos.
 - Se solicitará la presencia de las diferentes instituciones financiadoras de ideas de negocio, para que enseñen a los estudiantes las diferentes maneras que tienen para apoyar sus proyectos, y se empiecen a sentir motivados a aventurarse a crear su propia empresa.
 - Se buscarán patrocinios y colaboraciones de entidades como la “Red Municipal de Emprendimiento”, con el fin de aumentar, mejorar, promover y fomentar esta semana, para el crecimiento exitoso del emprendimiento en la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira.
- Para esta recomendación se mencionarán la misión y visión de la Universidad del Valle:
 - Misión: La Universidad del Valle, como Universidad Pública, tiene como misión educar en el nivel superior, mediante la generación y difusión del conocimiento en los ámbitos de la ciencia, la cultura y el arte, la técnica, la tecnología y las humanidades, con autonomía y vocación de servicio social. Atendiendo a su carácter de institución estatal, asume compromisos indelegables con la construcción de una sociedad justa y democrática.
 - Visión: La Universidad del Valle, como una de las más importantes instituciones públicas de educación superior del país (Colombia) en

cobertura, calidad y diversidad de sus servicios, aspira a consolidarse como una universidad de excelencia, pertinente, innovadora, eficiente, competitiva, con proyección internacional y de investigación científica.

Al observar la misión y visión de la Universidad del Valle, se debe destacar la relevancia que esta señala, a la difusión de conocimientos en diferentes ámbitos, así como el interés en consolidarse como una universidad de excelencia. Sin embargo, si se desea realmente cumplir con esto, se debe dar en el caso puntual de la Sede Palmira, la cual fue objeto de estudio de esta investigación, mayor énfasis en capacitar, apoyar y orientar a los estudiantes de manera innovadora, eficiente, competitiva, con proyección internacional, en todo lo relacionado con el auge y la importancia que en la actualidad está tomando el emprendimiento, ofreciendo una gran ventaja no solo para la Universidad del Valle, la cual generaría empresarios excelentes a futuro, consolidándose como una de las mejores a nivel nacional y mundial, sino también para la sociedad y su desarrollo económico. Así que es muy importante poner en marcha de nuevo, el Centro de Emprendimiento actual, el cual se encuentra en receso.

- El Centro de Emprendimiento de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, fue motivado principalmente por la Ley 1014 de enero 26 de 2006, seguida por las directrices internas de la Universidad como la Resolución N° 073, por medio de la cual se crea el programa institucional *“Emprendedores Univalle”*, y la Resolución N° 178, por la cual se crea el comité *“Emprendedores Univalle”*

La Universidad del Valle – Sede Regional Palmira, debe enfocarse y retomar las consideraciones y artículos de estas resoluciones, mejorando

con esto, no solo su Centro de Emprendimiento, sino también la cultura y capacidades emprendedoras de los estudiantes de esta Sede,

Resaltando algunas como por ejemplo:

- Es función de la Universidad del Valle contribuir al fomento del emprendimiento y la innovación, y al desarrollo de capacidades asociadas en la comunidad universitaria.
- Fortalecer el potencial emprendedor de los estudiantes de la Universidad del Valle, a través del desarrollo de habilidades, para concebir, planear y poner en marcha nuevas organizaciones con o sin ánimo de lucro.

BIBLIOGRAFÍA

Colombia. Congreso de Colombia. Ley 1014 de 2006. (Enero 26)

MENDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. METODOLOGÍA. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Tercera edición. Colombia: marzo de 2004.

FRANCO CLAVIJO, Juan Bautista. EMPRENDIMIENTO COLOMBIANO: POTENCIAL CREATIVO PARA EL DESARROLLO NACIONAL. Grupo Integrado de Emprendimiento, Empresarismo y Fondo Emprender SENA [en línea] [citado: 6 Mayo 2013]. Disponible en internet:
<http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/SoyEmprendedor/Noticias/Documents/Emprendimiento_colombiano.pdf>

Red municipal de emprendimiento (2012: Palmira) CONFORMACIÓN DE LA RED DE EMPRENDIMIENTO EN PALMIRA - 2012. Palmira: Cámara de comercio de Palmira, 2012.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, COLOMBIA. Estudio investigativo periodo 2011-2012.

COUYOUMDJIAN, Juan Pablo. Sobre el empresario y el emprendimiento en la teoría económica:
Una revisión. Facultad de economía y negocios. [en línea] [citado: 3 de diciembre de 2012]. Disponible en internet:
<<http://www.cicodi.org/Publicaciones/CDocumentsandSettingsAdministradorEscritorioemprendedor-68891563828.pdf>>

¿QUÉ ES EL EMPRENDIMIENTO? [en línea] [citado: 3 de diciembre de 2012] Disponible en internet: <<http://periscopio.bligo.com/que-es-emprendimiento#.UYnqdbWQVmo>>

FORMICHELLA MARIA MARTA – El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local: *principales aportes teóricos sobre emprendimiento*. Pág. 11 [en línea] Enero, 2004.

<<http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>> [citado: 6 de Octubre de 2012].

URRUTIA, Arnulfo. Origen y desarrollo del concepto emprendedor. [en línea] [citado: 3 de diciembre de 2012] Disponible en internet: <<http://impreso.elnuevodiario.com.ni/2006/09/20/emprendedores/55502>>

ESPINOSA, Angélica Aguirre; Gerencie.com, cultura de emprendimiento, 12 Junio del 2010 [en línea]. <<http://www.gerencie.com/cultura-del-emprendimiento.html>> [consulta: 5 de Octubre de 2012]

Cuellar, Luz Yolima; Ideas para crear empresa, [en línea]. <<http://www.blogideasparacrearempresa.com/2010/04/la-empresa-es-la-unidad-economica.html>> [consulta: 5 de Octubre de 2012]

Colombia. Gobierno Nacional. Ley 789 de 2002 – artículo 40. Decreto 934 de 2003. (Abril 11)

Colombia. Congreso de Colombia. Ley 905 de 2004. (2 de agosto de 2004)

Colombia. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Política Nacional de Emprendimiento. (19 de julio de 2011)

Infoautónomos. LA IMPORTANCIA DE LA IDEA DE NEGOCIO. [en línea] [citado: 25 de abril de 2013] Disponible en página: <http://www.emprendepymes.es/la-importancia-de-la-idea-de-negocio/>

GONZÁLEZ RÍOS, Angélica María. ADARME MUÑOZ, Stefany. Proceso de autoevaluación institucional para el cumplimiento del plan de acción de la universidad del Valle – Sede Regional Palmira, 2011. Trabajo de grado (Administración de Empresas). Universidad del Valle. Facultad de Ciencias de la Administración.

SECRETARÍA ACADÉMICA, Informe del número de estudiantes en la sede, 2013.

BUITRAGO, Jose Dario. Administrador de Empresas (U Externado de Col), Esp. Negocios Internacionales (Universidad Icesi). Esp. Finanzas (Universidad del Valle). Director Comercial Pelikan Colombia. Consultor. Docente.

Colombia. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Guía de emprendedores Colombia. Pág 8.

Anexo A: Instrumento de medición aplicado a los estudiantes de la Universidad del Valle – Sede Regional Palmira

**CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO EN LA
UNIVERSIDAD DEL VALLE - SEDE REGIONAL PALMIRA**

Edad: _____

Sexo: Femenino _____

Masculino _____

Estrato: _____

1. Qué carrera estudia actualmente? (Marque con una X)

Administración de Empresas	Ingeniería Industrial	Psicología
Contaduría Pública	Tecnología en Alimentos	Licenciatura en Ed. Física
Tecnología Agroambiental	Tecnología Electrónica	Tecnología en Sistemas

2. Qué semestre cursa actualmente? _____

3. La universidad motiva a ser:

a. Empresario _____ b. Empleado _____

4. El pensum de su carrera contiene asignaturas relacionadas con emprendimiento?

a. SI _____ b. NO _____ c. NO SABE _____

5. Conoce usted si la universidad tiene un centro, unidad o programa para emprendimiento?

a. SI _____ b. NO _____

6. Cómo se proyecta una vez termine su carrera? (respuesta múltiple)

a) Buscando empleo _____	b) Iniciando un postgrado _____	c) Creando su propio negocio _____	d) Fortaleciendo su negocio actual _____
--------------------------	---------------------------------	------------------------------------	--

e) Otra _____ Cual? _____

7. Se encuentra laborando actualmente: a. SI _____ b. NO _____

8. Tiene usted conocimiento de instituciones que apoyen el emprendimiento?

a. SI _____ b. NO _____

Cuales _____

9. Tiene usted una idea de negocio?

- a. SI _____ (continúe)
b. NO _____ (pase a la pregunta 14)

10. Con que actividad económica está relacionada su idea de negocio?

a) Comercial _____	b) Agropecuaria y minera _____
c) Servicios _____	d) Industrial _____

10.1. Tiene su idea de negocio un componente innovador?

- a. Si _____ ¿Cuál? _____
b. No _____

11. Tiene estructurado un plan de negocio para su idea?

a. SI _____ b. NO _____

12. Esta dispuesto a asociarse para llevar a cabo su idea de negocio?

a. SI _____ b. NO _____

13. ¿Por qué no ha llevado a cabo su idea de negocio? (respuesta múltiple)

a) Falta de interés _____	b) Falta de apoyo _____	c) Falta de dinero _____
d) Falta de experiencia _____	e) Temor al riesgo _____	f) Falta de conocimiento _____

g) Otro _____ ¿Cuál? _____

14. Es propietario de un negocio?

a. Si _____ (continúe)
b. No _____ (pase a pregunta 21)

15. Esta registrado ante la Cámara de Comercio?

a. Si _____ b. No _____

16. Qué tipo de empresa es, de acuerdo a su actividad económica?

a) Comercial _____	b) Agropecuaria y minera _____
c) Servicios _____	d) Industrial _____

17. Hace cuantos años inició su empresa?

a) Menos de un año _____	b) Entre 1 y 5 años _____
c) Entre 6 y 10 años _____	d) Más de 11 años _____

18. De qué manera financió la creación de la empresa?

a) Entidades financieras _____

b) Prestamistas (10%, gota a gota) _____

c) Préstamo de un familiar _____

d) Ahorros _____

e) Otro _____ Cual? _____

19. Tiene algún proyecto de emprendimiento para su negocio?

a. SI _____ b. NO _____

20. Lo piensa llevar a cabo?

a. SI _____ b. NO _____

21. Ha sido propietario alguna vez de un negocio?

a. Sí _____ b. No _____

22. Si su respuesta anterior fue positiva, por qué cerró el negocio?

a. Falta de financiación _____ b. Falta de mercado _____

c. Mala administración _____ d. Poca dedicación _____

a. Otro _____Cuál? _____

23. Siente que hay apoyo al emprendedor?

a. SI _____ b. NO _____

Por qué? _____

24. Se encuentra interesado en adquirir mayor información y formación en cuanto a emprendimiento?

a. SI ____ b. NO ____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!